



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKTUTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Agroturistika: analýza vybraných firem na jižní Moravě

Agri-tourism: The Analysis of a Selected Firms in South Moravia

Student: Kamila Prchlíková

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Vanda Klennerová

Ostrava 2013

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra managementu

## Zadání bakalářské práce

Student: **Kamila Prchlíková**  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: 6501R006 Ekonomika cestovního ruchu  
Specializace: 02 Ekonomika cestovního ruchu  
Téma: **Agroturistika: analýza vybraných firem na jižní Moravě**  
**Agri-tourism: The Analysis of a Selected Firms in South Moravia**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Teoretická východiska
  3. Agroturistika na jižní Moravě
  4. Analýza vybraných firem na jižní Moravě
  5. Doporučení a závěr
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce  
Seznam příloh  
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.  
ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.  
POUROVÁ, Marie. *Marketing a management venkovského cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií, 2010. ISBN 978-80-254-7787-8.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Vanda Klennerová**

Datum zadání: 23.11.2012

Datum odevzdání: 10.05.2013



Ing. Petra Horváthová, Ph.D.  
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

**Prohlášení**

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci včetně příloh, vypracovala samostatně.“

V Uherském Hradišti dne 10. 5. 2013.

*Maunila Anna*

jméno a příjmení studenta

### **Poděkování**

Ráda bych poděkovala paní Ing. Vandě Klennerové, za vedení při práci, poskytování cenných rad, připomínek.

## Obsah

1	Úvod.....	5
2	Teoretická východiska .....	7
2.1	Cestovní ruch.....	7
2.1.1	Charakteristika cestovního ruchu.....	7
2.1.2	Subjekt cestovního ruchu.....	7
2.1.3	Objekt cestovního ruchu .....	8
2.1.4	Okolí systému cestovního ruchu.....	8
2.1.5	Typologie cestovního ruchu.....	10
2.2	Ekologicky šetrný cestovní ruch.....	14
2.2.1	Venkovský cestovní ruch a jeho formy .....	14
2.2.2	Udržitelný rozvoj cestovního ruchu.....	17
2.2.3	Venkovský cestovní ruch v České republice .....	18
2.2.4	Venkovská turistika v zahraničí.....	23
2.3	Podnikání v agroturistice .....	24
2.3.1	Subjekty podnikání v agroturistice .....	25
2.3.2	Doprovodné programy v rámci agroturistiky .....	26
2.3.3	Pozitiva agroturistiky .....	27
2.3.4	Negativa agroturistiky.....	28
3	Agroturistika na jižní Moravě .....	30
3.1	Specifika oblasti .....	30
3.1.1	Turistická oblast Moravský kras a okolí.....	31
3.1.2	Turistická oblast Brno a okolí.....	32
3.1.3	Turistická oblast Znojmo a Podyjí.....	32
3.1.4	Turistická oblast Pálava a Lednicko-valtický areál .....	32
3.1.5	Turistická oblast Slovácko.....	32
3.2	Přírodní podmínky .....	33
3.3	Kulturní podmínky .....	34
3.4	Konkurence v rámci agroturistiky na jižní Moravě.....	35
3.5	Blatova farma .....	36
3.5.1	Obecné informace .....	36
3.5.2	Obec Šardice .....	37

3.5.3	Atraktivita v okolí.....	37
3.5.4	Hodnocení firmy .....	38
3.6	Hornácká farma s. r. o. ....	38
3.6.1	Obecné informace .....	38
3.6.2	Obec Hrubá Vrbka .....	40
3.6.3	Atraktivita v okolí.....	40
3.6.4	Hodnocení firmy .....	41
4	Analýza vybraných firem na jižní Moravě .....	42
4.1	SWOT analýza.....	42
4.1.1	SWOT analýza firmy Blatova farma .....	42
4.1.2	SWOT analýza firmy Hornácká farma .....	46
4.2	Dotazníkové šetření .....	50
5	Doporučení a závěr .....	63
	Seznam použité literatury .....	65
	Seznam zkratk.....	68
	Seznam tabulek, grafů a obrázků	
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
	Seznam příloh	
	Jednotlivé přílohy	

## 1 Úvod

Cestovní ruch se dynamicky vyvíjel a v dnešní době je jedním z nejrychleji rostoucích částí průmyslu. Odedávna přispíval ke vzniku nových pracovních příležitostí a rozvoji navštěvované oblasti. Rozvojem průmyslu, vznikem nových dopravních prostředků, automatizací výrob a dalšími pokroky se mnoho aktivit zrychluje, čímž vzniká více volného času k využití. V dnešní době roste především tlak na kvalitu a úroveň služeb. Můžeme také pozorovat přesycenost trhu a návrat k tradicím a původním druhům cestování jako je například kolo. Začíná také vzrůstat povědomí o nutnosti starat se o životní prostředí a přírodu.

V současnosti jsou ekologicky šetrné formy cestovního ruchu stále více vyhledávány zejména z důvodu hektického způsobu života. Tato forma cestovního ruchu se soustředí na odpočinek v přírodě a zároveň mají účastníci možnost poznat původní tradice, postupy výroby a historii okolí navštíveného místa a mnoho dalšího co ekologicky šetrné formy cestovního ruchu nabízí. Agroturistika je vhodná pro všechny účastníky cestovního ruchu a je poměrně levnou dovolenou s velkou možností se vzdělávat a dozvídat mnoho nových informací.

Postupný rozvoj agroturistiky a dotační programy umožňují zemědělcům s nižšími výnosy ze zemědělské produkce rozšířit své působení do oblasti cestovního ruchu. Díky této skutečnosti může turista zažít pravé nefalšované prostředí farmy. V poslední době vzrůstá zájem o levnější dovolené, což je důvodem vzniku nových farem a zrekonstruování starých chátrajících zemědělských objektů. Tento fakt přispívá ke vzniku nových pracovních míst i rozvoji dříve málo atraktivních vesnic. V České republice jsou vhodné podmínky pro rozvoj agroturistiky. Mnohé oblasti, jako například jižní Morava, mají bohatou historii, velké množství památek, krásnou zachovalou přírodu a hustou síť turistických stezek a cyklostezek. Zkušenosti mohou podnikatelské subjekty čerpat ze zahraničí, kde je agroturistika podporována a rozvíjí se zde již delší dobu. Je však nutné brát ohled na specifika prostředí České republiky.



Téma „Agroturistika: analýza vybraných firem na jižní Moravě“ jsem si zvolila z důvodu, že je mi tato problematika blízká. Cílem práce je analyzovat vybrané firmy v oblasti jižní Moravy. Práce se zabývá obecnou tematikou cestovního ruchu, přibližuje pojem agroturistiky a turistickou oblast Jižní Morava. V analýze a následném hodnocení vybraných firem jsem se zaměřila na vytyčené okruhy. Tyto okruhy se týkají obecných informací o podnikajícím subjektu, historie a pohledu do budoucna, poskytovaných služeb, chovu a zemědělským aktivitám, obci kde podnikají a atraktivitám v jejím okolí. Dále jsem se zaměřila na SWOT analýzu zvolených firem a zda lidé navštěvují v místě dovolené atraktivitu, znají pojem agroturistika, proč by dovolenou na farmě trávili a proč ne, co by na farmách vyzkoušeli a co by je k návštěvě farmy motivovalo.

## **2 Teoretická východiska**

### **2.1 Cestovní ruch**

#### **2.1.1 Charakteristika cestovního ruchu**

Cestovní ruch je mnohostranný společensko-ekonomický jev. Původně byl chápán cestovní ruch jako jeden z dalších výrazů pro cestování. V současné době můžeme cestovní ruch chápat jako součást spotřeby a způsob života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Z druhého hlediska jako oblast s mnoha podnikatelskými příležitostmi, což významně ovlivňuje ekonomiku společnosti dané země. Cestovní ruch můžeme zařadit mezi největší exportní odvětví. [9] [10] [2]

Jedním z mezníků definování cestovního ruchu byla konference Světové organizace cestovního ruchu (WTO- World Tourism Organization) konaná v roce 1991 v kanadském městě Ottawa, kde byl přijat návrh, že cestovním ruchem jsou činnosti osoby, která cestuje na přechodnou dobu do místa, které není její místo bydliště, na dobu kratší než je stanovená a účelem cesty není výdělečná činnost v navštíveném místě. Stanovená doba je domácím cestovním ruchem šest měsíců, v mezinárodním cestovním ruchu jeden rok. [2]

Dle AIEST (Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu) je cestovní ruch souhrn jevů a vztahů vyplývajících z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není místem trvalého bydliště a zaměstnání. [10]

V praxi je často užíván také pojem turismus, což může být chápáno jako synonymum k pojmu cestovní ruchu, neboť jej užívají světové jazyky téměř identicky. Dalším používaným pojmem je slovní spojení průmysl cestovního ruchu, což není synonymem, neboť průmysl cestovního ruchu zahrnuje aktivity jako soukromého tak veřejného sektoru. [2] [11]

#### **2.1.2 Subjekt cestovního ruchu**

Subjektem cestovního ruchu jsou účastníci cestovního ruchu, lidé pracující v cestovním ruchu, ale také orgány a organizace zabývající se cestovním ruchem. Účastníky na cestovním ruchu můžeme rozdělit podle toho, zda se jedná o mezinárodní cestovní ruch nebo domácí cestovní ruch na: stálého obyvatele (rezidenta), návštěvníka (visitor), turistu (tourist) a výletníka (same-day visitor, excursionist). Tyto pojmy přejímají všechny státy světa a jsou základem pro národní statistické programy cestovního ruchu i další statistická srovnání v rámci světa. [2] [9]

### **2.1.3 Objekt cestovního ruchu**

Objektem cestovního ruchu se stává vše, co se potencionálně může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Skládá se z cílových míst, podniků a institucí cestovního ruchu. Je tudíž nositelem nabídky. [2]

Cílové místo je zpravidla střediskem cestovního ruchu. Bývá označováno jako destinace cestovního ruchu. Pokud má cílové místo vhodné kulturní a přírodní podmínky pro cestovní ruch je označováno jako primární nabídka. Sekundární nabídkou je pak infrastruktura daného místa, což zahrnuje podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu. Tyto podniky a instituce zařizují ubytování účastníků cestovního ruchu, stravování, rekreaci, sportovní a kulturní aktivity a další. [2]

Z hlediska funkcí rozlišujeme městská střediska cestovního ruchu, kde se soustřeďují především památky, administrativní a správní orgány, průmysl a obchody. Dále pak lázeňská místa zaměřující se na léčivé zdroje jako jsou termální a klimatické lázně, rekreační střediska zaměřená především na vodní sporty, koupání, turistiku, zimní sporty. Mezi další patří rekreační obce, u nichž zanikla původní hospodářská funkce a chatové oblasti, které se soustřeďují okolo vodních ploch a výletních míst s přírodními atraktivitami. [2]

Cílem cestovního ruchu může být také region, který má z hlediska rozvoje cestovního ruchu stejné charakteristické vlastnosti odlišující tento region od sousedních území. Musí splňovat tři předpoklady. Prvním je primární nabídka, jež vyvolá návštěvnost, druhou je dostupnost území a atraktivit cestovního ruchu a třetí podmínkou je infrastrukturní vybavenost, která umožňuje pobyt na území. [2]

### **2.1.4 Okolí systému cestovního ruchu**

Na cestovní ruch působí mnoho vnějších faktorů, které nejsou přímo svázány s cestovním ruchem jako takovým, ale působí na jeho vývoj a strukturu. Jedná se zejména o faktory politické, právní, ekonomické, sociální a demografické, technické, ekologické. Podle stupně spolupráce zapojených stran závisí také zpětná vazba, což je vliv cestovního ruchu na jeho okolí.

Ekonomické prostředí je velmi důležité pro rozvoj cestovního ruchu, zejména pak pozitivní a negativní vlivy ekonomického růstu, nezaměstnanost, inflace, stabilita měny a úroková míra. Ekonomický růst se projevuje růstem hrubého domácího produktu, který ovlivňuje velikost investic a výdajů na cestovní ruch. Pozitivní růst se projevuje růstem výdajů na cestovní ruch, které rostou rychleji než hrubý domácí produkt. Opačnou možností se hospodářský pokles a krize, kdy roste nezaměstnanost, a mzdy jsou zmrazovány. Nezaměstnanost ovlivňuje příjmy a tím i spotřebu obyvatelstva, což znamená, že lidé omezují zbytečné potřeby, mezi které patří i cestovní ruch. Dalším ekonomickým faktorem je inflace, která ovlivňuje kupní sílu peněz, projevuje se růstem cen zboží a služeb cestovního ruchu. Stabilita měny ovlivňuje zejména zahraniční cestovní ruch. Při devalvaci měny je pro obyvatelstvo vycestování do zahraničí dražší a pobyt pro cizince se zlevňuje a naopak. Úroková míra ovlivňuje zejména investice v cestovním ruchu. [2] [9]

Politické a právní prostředí ovlivňuje zejména rozvoj cestovního ruchu. Mír je jednou z podmínek rozvoje cestovního ruchu. V destinacích kde není zajištěna bezpečnost turistů, se cestovní ruch rozvíjí velmi málo anebo téměř vůbec. Důležitým faktorem je také odstraňování bariér, jako jsou například vízové povinnosti nebo odbavení na hraničních přechodech. Důležitá je také politika státu, která tvoří koncepce a právní normy pro rozvoj cestovního ruchu, podporu cestovního ruchu při stagnaci nebo poklesu, ale také hraje důležitou roli při budování infrastruktury sloužící pro cestovní ruch, jako jsou například dálnice. [2] [9]

V sociálním a demografickém prostředí se jedná o společenské zřízení a faktory jako stárnutí obyvatelstva, nárůst pracujících žen, růst příjmů domácností, vzdělanosti, jednočlenných domácností, pozdější zakládání rodiny, bezdětné manželství, migrace obyvatel, více volného času. Společenské zřízení se projevuje hmotnou spotřebou a spotřebou služeb obyvatel, úrovní výživy, vybaveností domácností, úrovní veřejné spotřeby jako je školství nebo zdravotnictví. [2] [9]

Technicko-technologické prostředí je dopravní infrastruktura a informačně-technologická vybavenost. V dopravní infrastruktuře se jedná zejména o leteckou dopravu, rostoucí motorizaci obyvatelstva, železniční sítě, lodní přepravu. V informačně-technické vybavenosti jsou důležité zejména komunikační technologie a výpočetní systémy, které usnadňují přístup k informacím, rezervacím, zjednodušují poskytování služeb cestovního ruchu, snižují počty pracovníků atd. S vysokou informatizací souvisí také využití internetu jako distribučního kanálu. [2] [9]

Ekologické prostředí je důležitým, neboť jej provází zhoršování úrovně životního prostředí, na kterém je cestovní ruch závislý z hlediska atraktivního prostředí. Ochrana životního prostředí a země se projevuje například úplným nebo částečným zákazem vstupu motorových vozidel na území národních parků a chráněných území, zákazem poškozování fauny a flory atd. [2] [9]

### **2.1.5 Typologie cestovního ruchu**

Cestovní ruch můžeme rozdělit podle druhu a formy. Pokud rozdělujeme cestovní ruch podle druhu, hledáme motivaci účastníků, účel, za kterým chtějí přechodně pobývat na cizím místě. Když posuzujeme příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší, hovoříme o formách cestovního ruchu.

#### **a) *Formy cestovního ruchu***

Z geografického hlediska dělíme cestovní ruch na domácí, zahraniční a tranzitní. Domácí cestovní ruch zahrnuje cestování a pobyt domácích obyvatel ve vlastní zemi. Motivací je využití volného času nebo realizace obchodu. Odvody a příjmy z domácího cestovního ruchu zůstávají v dané zemi, stávají se součástí státního rozpočtu dané země. Zahraniční cestovní ruch je spojen s cestováním a pobytem obyvatel na území jiného státu. Dále se dělí podle toho, zda zahraniční hosté přijíždějí k nám nebo naši občané cestují do jiné země na aktivní (příjezdy cizinců do země, jejich výdaje se projeví v aktivech bilance) a pasivní (výjezdy domácího obyvatelstva, jejich výdaje se projeví v pasivech bilance), toto rozdělení se nazývá podle platební bilance státu. Tranzitní cestovní ruch vzniká při průjezdu přes území dané země do cílového státu s možností využití služeb průjezdové země.

Podle místa realizace služeb se dělí cestovní ruch na vnitřní, národní a mezinárodní. Vnitřní cestovní ruch zahrnuje domácí a aktivní cestovní ruch. Národní cestovní ruch zahrnuje domácí a pasivní cestovní ruch. Mezinárodní cestovní ruch zahrnuje veškerý cestovní ruch, při němž dochází překračování států.

Podle počtu účastníků se dělí cestovní ruch na individuální, skupinový, masový a ekologický. Individuálního cestovního ruchu se návštěvník účastní sám, popřípadě s rodinou (chatová rekreace). Skupinového cestovního ruchu se účastní více osob, výhodou jsou slevy při přepravě, v ubytovacím zařízení, návštěvě objektů a atrakcí cestovního ruchu. Může se jednat o organizovaný i neorganizovaný cestovní ruch. Masový cestovní ruch je nazýván též hromadný. Ekologický cestovní ruch zahrnuje individuální, rodinný a cesty s přáteli. Poptávající mají zájem o ochranu přírody, památek, kultury. Podnikatelé využívají ekologicky úsporné spotřebiče, místní suroviny, minimalizují odpad, spotřebu energie, vody.

Podle způsobu organizování se dělí cestovní ruch na neorganizovaný a organizovaný. Individuální (neorganizovaný) cestovní ruch má stále rostoucí podíl, účastník si zabezpečuje služby sám. Organizované cestování využívá cestovních kanceláří, cestovních agentur případně jiného zprostředkovatele. Tyto cesty mají pevný program, kde rozhodování jednotlivce je omezeno.

Podle věku účastníků dělíme cestovní ruch na cestovní ruch dětí, mládeže, rodin a seniorů. Cestovní ruch dětí je určen dětem do 15 let, které se účastní většinou bez rodičů avšak s jejich souhlasem, organizovaných pobytů. Mládežnický cestovní ruch představuje cestování mladých lidí do 15 do 25 let, kteří nejsou začleněny do sociálně-ekonomické skupiny. Organizátoři nabízejí často zvýhodněné podmínky, mezinárodní výměnné pobyty, jazykové kurzy, mezinárodní pracovní programy, zahraniční praxi. Rodinného cestovního ruchu se účastní mladé rodiny ve věku 25 až 44 let, které žijí jako manželské páry s dětmi. V seniorském cestovním ruchu se jedná o balíky služeb, poznávací zájezdy, náboženský cestovní ruch, lázeňské pobyty a další.

Z hlediska délky pobytu se dělí cestovní ruch na výletní (výjezd z trvalého místa bydliště na dobu kratší než jeden den, bez přenocování), krátkodobý (do tří dnů pobytu), dlouhodobý (déle než tři dny pobytu, maximálně šest měsíců v České republice a jeden rok v zahraničí).

Podle převažujícího místa pobytu je cestovní ruch městský (zážitek z návštěvy města), příměstský (u velkých měst, do hodiny cesty individuální nebo veřejnou dopravou), venkovský (venkovské prostředí, patří sem agroturistika), horský a vysokohorský (v prostředí přírody, pěší turistika, horolezectví, lyžování, sánkování aj., část ubytovacích zařízení v hůře dostupném terénu, služby horských průvodců a vůdců), přímořský cestovní ruch (přímorské letoviska, sportovně rekreační a noční společensko-zábavní aktivity).

Podle ročního období můžeme cestovní ruch dělit na sezonní, mimosezonní a celoroční. V sezoně je návštěvnost destinace vysoká, je zde velká nabídka služeb, což způsobuje nárůst cen.

Podle použitého dopravního prostředku rozdělujeme cestovní ruch na motorizovaný (využití automobilu, motocyklu, autobusu), karavaning (spojení dopravy a ubytování), železniční (organizátor je cestovní kancelář železniční společnosti, rekreační nebo mimořádné vlaky), letecký (organizátor je cestovní kancelář dopravce, kompletní balík služeb, nutná kombinace s pozemní dopravou) lodní (pobyt a cestování na říční nebo mořské lodi či jachtě).

Z hlediska dynamiky máme cestovní ruch pobytový (více dnů na jednom místě) a putovní – poznávací (organizované skupiny cestují po určené trase, podle předem určeného programu s určeným cílem poznání).

Ze sociologického hlediska můžeme rozlišit návštěvy příbuzných a známých, sociální cestovní ruch (všechny nebo část nákladů hrazena státem, zaměstnavatelem, nadací apod.), etnický cestovní ruch (motivem je návštěva původní vlasti).

Podle způsobu financování rozdělujeme cestovní ruch na volný a vázaný. Volný (komerční) cestovní ruch je volně přístupný všem zájemcům, účastník si hradí vše ze svých prostředků. Vázaný cestovní ruch podmiňuje účast splněním podmínek (člen organizace, pacient, zaměstnanec), úhrada probíhá úplně nebo částečně ze společenských fondů (podnikové fondy, zdravotní pojištění aj.).

Podle vlivu na životní prostředí dělíme cestovní ruch na tvrdý a měkký. Tvrdý cestovní ruch je spojen s investicemi, hlavním cílem je zisk bez ohledu na environmentální, sociální a kulturní prostředí destinace, jedná se zejména o masový turismus. Měkký cestovní ruch se snaží chovat šetrně k prostředí, kde se realizuje, je zde snaha vyrovnat přínosy a dopady, tzv. udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

Dále pak můžeme členit podle způsobu ubytování, podle destinace a jiné.

### ***b) Druhy cestovního ruchu***

Z hlediska motivace účastníků dělíme cestovní ruch na rekreační, sportovní, kulturní, společensky zaměřený, profesionálně zaměřený, sportovní, dobrodružný, lázeňský a léčebný, náboženský, obchodní a stimulační, myslivecký a rybářský, mládežnický, seniorský, venkovský, cykloturistika, chataření a chalupaření a mnoho dalších. V čisté podobě se nevyskytují druhy cestovního ruchu, nejčastěji se jedná se kombinaci, kde je jeden z nich dominantní. Nejčastěji se kombinuje rekreační se sportovním cestovním ruchem, zdravotní s kulturním atd. Mezi zvláštní druhy cestovního ruchu můžeme zařadit také nákupní turistiku (například nákupní zájezdy do Polska, Německa).

Rekreační cestovní ruch je charakteristický pasivním i aktivním odpočinkem, regenerací tělesných i duševních sil člověka. Důležitým faktorem je vhodné rekreační prostředí. Součástí rekreačního cestovního ruchu je tematický cestovní ruch, zaměřující se na uspokojení odborných a rekreačních potřeb, může být organizovaný i individuální. Z odborného hlediska se podřizuje zájmům a potřebám návštěvníků. Rekreační potřeby a zážitky uspokojují i tematické parky (Legoland v Dánsku). Rozšířenou variantou rekreačního cestovního ruchu je pobyt v jednom místě, což je rekreační pobytový cestovní ruch. Podle dopravního prostředku se pak dělí na turistiku pěší, lyžařskou, vodní, cykloturistiku, jízdu na koni, mototuristiku. Často se jedná o kombinaci například mototuristiky a pěší turistiky. Do rekreačního cestovního ruchu můžeme zařadit také pobyty v lázních nebo venkovskou turistiku.

Kulturní cestovní ruch organizují návštěvníci pro poznání kultury, historie, galerií, muzeí, zvyků a tradic. Do kulturní turistiky můžeme zařadit také náboženský cestovní ruch, neboť hlavním motivem je poznání poutních a posvátných míst, památek a událostí.

Společensky zaměřený cestovní ruch je nazýván také jako etnický nebo krajanský. Motivací v tomto případě je návštěva příbuzných nebo místa, odkud pocházejí předci.

Profesionálně zaměřený cestovní ruch je spojen s výkonem služebních povinností. Kongresový cestovní ruch je termín používaný pro kongresy, konference. Incentivní turistika je druhem stimulačního cestovního ruchu, kde zaměstnavatel chce dosáhnout vyššího výkonu zaměstnanců, setrvání v podniku a jejich odměny. Charakteristickým znakem je, že zaměstnavatel hradí náklady spojené s tímto druhem cestovního ruchu úplně nebo z převážné části. Účastníci tohoto cestovního ruchu vyžadují vysoký standart služeb, což souvisí s vysokými výdaji.



Sportovní cestovní ruch má krátkodobý charakter, jedná se zejména o návštěvy sportovních událostí.

## **2.2 Ekologicky šetrný cestovní ruch**

Pozitivní stránkou cestovního ruchu je vznik nových pracovních míst, příliv finančních prostředků a pomoc při rozvoji mezinárodních hospodářských vztahů. Naopak negativem jsou dopady na životní prostředí. Snížení dopadu negativních externalit se stalo důležitým pro ekologicky šetrný cestovní ruch, který je také nazývá „zeleným (udržitelným) turismem“. [13]

Zelený cestovní ruch zdůrazňuje především místní hledisko cestovního ruchu, což zahrnuje volnou krajinu a mírně osídlené oblasti. Návštěvníci touží po splynutí s přírodou i lidským prostředím. Tento cestovní ruch je charakteristický aktivní náplní, která respektuje a chrání životní prostředí. Zelený cestovní ruch je nejčastěji rozdělen na venkovský cestovní ruch a ekoturistiku. [9]

Rozvoj venkovského cestovního ruchu pomáhá rozvoji venkova například budováním pěších tras, cyklostezek, farem a statků s alternativním hospodařením, místních muzeí a skanzenů, podporuje oživení řemesel a přináší pracovní příležitosti, finanční prostředky. [5]

### **2.2.1 Venkovský cestovní ruch a jeho formy**

Tento druh cestovního ruchu odpovídá požadavkům trvale udržitelného rozvoje a rozvíjí se zejména mimo rekreační a turistická centra a mimo městské osídlení. Zahrnujeme do něj pobyty na vesnicích i mimo ně (např. chatové osady, samoty a malé městečka). Převážně je tento cestovní ruch spojován s venkovským osídlením a s tím spojeným zemědělstvím a životem na venkově.

Ve venkovské turistice se promítají ekonomický, sociální a ekologický rozměr. Ekonomický rozměr je spojen s hospodářským rozvojem a rostoucími příjmy obyvatel. Sociální rozměr zahrnuje potřebu důstojného života, rozvoje společnosti, sociálního uznání a podobně. Ekologický rozměr se snaží v delším časovém horizontu zachovat úroveň statků a služeb, které nám poskytuje příroda. Venkovská turistika patří mezi „měkké“ formy cestovního ruchu. [9]

Venkovský cestovní ruch zahrnuje nejčastěji vesnickou turistiku, agroturistiku, ekoagroturistiku, chataření a chalupaření, někdy také ekoturistiku.

### **a) *Vesnická turistika***

Vesnická turistika je bezprostředně spojena s přírodou a krajinou venkova a konkrétním vesnickým osídlením. Náplní návštěvníka jsou individuální rekreační aktivity využívající konkrétního prostředí navštíveného místa (louky, lesy, rybníky, řemesla, folklor apod.).

K ubytování jsou využívána komerční ubytovací zařízení, chalupy a ubytování v soukromí. Ubytovaní není v jednom místě (je decentralizováno), což snižuje negativní dopady, které by neslo soustředění velkého množství lidí v turistických centrech. Omezení maximální kapacity na jeden objekt: 40 lůžek nebo 10 pokojů (3 lůžka + přistýlka), v kempu: stany nebo karavany 25 objektů nebo 50 osob.

Vesnická turistika zahrnuje široký doprovodný program, jedná se například o sportovní aktivity (jezdecké školy, rybaření, horskou turistiku, golf, tenis atd.). Mezi další nabízené služby zvyšující atraktivitu dané lokality patří místní pamětihodnosti, přírodní lokality, slavnosti, tradiční řemesla, tradice, školy v přírodě, případně možnosti lokality pro specifické segmenty potencionálních zákazníků. [9]

### **b) *Agroturistika***

Agroturistika bývá označována také jako agrární cestovní ruch nebo dovolená na statku. Je spojena využíváním přírody a krajiny venkova návštěvníky u agropodnikatele nebo v zemědělském hospodářství (ubytování, stravování, využívání volného času). Využívá místní zdroje, místní suroviny a místní infrastrukturu. Spojuje se s aktivním odpočinkem, poznáním života a práce na hospodářském dvoře, řemesel a tradic, sportovně-rekreačními aktivitami, přímou účastí na farmářských činnostech. [5]

### **c) *Ekoagroturistika***

Ekoagroturistika je forma agroturismu, která se zahrnuje pobyty na ekologicky hospodařících zemědělských farmách nebo statečích, zabývajících se alternativním zemědělstvím. Podstatným znakem je sepětí s farmářem a jeho rodinou, i možnost účasti na zemědělských činnostech. Pro ekologické farmy je charakteristické, nevyužívání při rostlinné a živočišné výrobě umělých hnojiv, chemikálií, hormonálních přípravků, umělých barviv a konzervačních přípravků. Produkty z ekologických farem podléhají přísné kontrole, pokud splňují předepsané standarty, označují se ochrannou známkou „Bio“. [5] [9]

#### **d) *Ekoturistika***

Je forma cestovního ruchu spojená s putováním v přírodě, jejím pozorováním a poznáváním. Rozvíjí se v přírodně hodnotných oblastech (v přírodních rezervacích, národních parcích, chráněných krajinných oblastech apod.), má prvky vzdělávací a interpretační. Nejvhodnějším dopravním prostředkem pro tuto formu turistiky je použití kola, proto je často propojen s cykloturistikou. Podporuje přírodní prostředí navštívené komunity, které poskytuje pracovní místa a možnosti výdělku. [5]

#### **e) *Hippoturistika***

Je jedním z produktů venkovského cestovního ruchu. Zaměřuje se na cestování v koňském sedle. Tento druh cestovního ruchu se velmi rychle rozvíjí tak jako komplexně celý venkovský ruch. Rozvoj hippoturismu se dá posuzovat podle šíření značení tzv. koňských stezek, které provádí i Klub českých turistů. V porovnání potenciálu s dalšími produkty venkovského cestovního ruchu je ale tento rozvoj malý.

Vzhledem k růstu životní úrovně obyvatelstva se stává hippoturistika velmi perspektivní a atraktivní. Zvláštní oblastí je také využití koní k léčbě na tzv. hippoterapie nebo hipporehabilitace. [10]

#### **f) *Cykloturistika a pěší turistika***

Cykloturistika představuje aktivní cestování zaměřené na poznávání přírodních a společenských zajímavostí v určité oblasti na kole. Pro účely cestovního ruchu dochází často ke kombinaci dopravy (vlak, jízda na kole), pro cyklisty jsou taktéž poskytovány speciální služby jako například servis. Cyklistika je podporována budováním nových cyklotras a cyklostezek, které jsou označeny speciální značkou a zahrnují místní a účelové komunikace, silnice II. a III. tříd s nízkou frekvencí provozu. Hlavní rozdíl mezi cyklotrasou a cyklostezkou je v kvalitě a značení. Zatímco cyklotrasy vedou právě po komunikacích a silnicích, cyklostezky vedou po polních a lesních cestách nebo terénem. [14]

Pěší turistika je dnešní době méně populární v porovnání s cykloturistikou. Významná je pěší turistika například u seniorů, kdy není tak náročná jako cykloturistika, nebo například při návštěvách poutních míst. Hitem se v současné době stal tzv. nordic walking, kdy se při chůzi využívá hůlek. Hlavním patronem pěší turistiky je Klub českých turistů, který existuje již od roku 1888. Důležitou roli hrál taky při budování mnoha chat, rozhleden a turistického značení, které je unikátní nejen svou velikostí. Pěší turisté mají v České republice k dispozici cca 40 000 km pěších tras. O značení pěších tras, cyklotras, lyžařských a hippotras se v dnešní době stará přes 1600 osob. [10]

#### **g) Chataření a chalupaření**

Většina občanů České republiky nepovažuje cestu na chatu či chalupu za cestovní ruch, zejména protože jedou do vlastního zařízení, které není zpravidla příliš vzdálené jejich domovu. Toto zařízení přesto plní rekreační funkci a umožňuje účastníkům účelné využití volného času, proto je zahrnuto do venkovského cestovního ruchu. [9]

### **2.2.2 Udržitelný rozvoj cestovního ruchu**

Globální problém trvale udržitelného rozvoje, je středem zájmu odborníků na celém světě od 70. let minulého století. Hlavní myšlenkou je změna současných komerčních praktik a dopadů turistiky na životní prostředí.

*„Trvale udržitelný rozvoj je charakterizován jako takový rozvoj, který zabezpečuje uspokojení současných potřeb, aniž by ohrozil možnosti uspokojení potřeb generací budoucích.“* ([13] Kolektiv autorů, str. 13) Z této definice vyplývá úzké spojení nového pohledu na ekonomický rozvoj, který bere ohledy na životní prostředí a snaží se dosáhnout při co možná nejnižším znečištění životního prostředí zachování základního životního standardu lidí. Turistický průmysl tedy musí zjistit, jaký dopad mají jeho operace na neobnovitelné přírodní zdroje a na citlivé ekologické a lidské skutečnosti, a harmonizovat je s potřebou svých dlouhodobých zisků. [13]

Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu znamená zajišťování potřeb účastníků cestovního ruchu takovým způsobem, který pomáhá rozvoji území, s přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot, čímž vede k dlouhodobé prosperitě dané oblasti, aniž by ohrozil uspokojení potřeb budoucích generací. [14]

Cestovní ruch lze z hlediska přístupu k přírodnímu a kulturnímu prostředí rozdělit na tzv. „zelený“ cestovní ruch (šetrný vztah k přírodě i životnímu prostředí) a „motivační“ cestovní ruch (vnitřní potřeby člověka).

### **2.2.3 Venkovský cestovní ruch v České republice**

Uspokojováním potřeb obyvatelstva v oblasti cestovního ruchu se zabývá řada organizací a podniků, které poskytují různé služby (zprostředkovatelské, stravovací, dopravní či ubytovací). Z tohoto hlediska cestovní ruch vystupuje, jako komplex ekonomických činností čímž představuje významnou oblast podnikatelské činnosti, která přináší ekonomický přínos jak pro podnikatele, tak i pro národní hospodářství. Předpokladem úspěšného rozvoje odvětví je respektování zásad trvale udržitelného rozvoje, které je úzce spojeno se stavem a potřebami konkrétního území. [14]

#### ***a) Orgány a organizace v oblasti venkovského cestovního ruchu***

Instituce a organizace, které se zabývají venkovským turistickým ruchem, ekoturismem a agroturismem, nefungují jen jako osamělé celky, ale sdružují se do různých svazů a organizací, jejichž cílem je využít větší vyjednávací sílu, informovat okolí a zvyšovat povědomí o ekologických způsobech turismu. [13]

#### **ECEAT CZ – Evropské centrum pro ekoagroturistiku**

Jedná se o Evropské centrum pro eko-agro turistiku, je člen ECEAT-International. Centrum ECEAT-International je v Amsterdamu. Posláním této organizace je přispět k udržitelnému rozvoji prostřednictvím zodpovědného cestovního ruchu. Přípravuje a realizuje rozvojové i inovativní projekty pro podnikatele, veřejnou správu i vládní instituce. Vytváří produkty cestovního ruchu, které vyhovují nejvyšším požadavkům, a přitom jsou ohleduplné k prostředí environmentálnímu, sociálně kulturnímu a ekonomickému.

ECEAT CZ je česká, nevládní organizace sdružující odborníky specializující se na šetrný (udržitelný, odpovědný) cestovní ruch. Byla založena v roce 1992. Má tři hlavní cíle a to podporu obnovy venkova pomocí šetrné turistiky, podněcování ke vzniku nových pracovních míst a podnikatelských příležitostí a v neposlední řadě zvyšování odbornosti nových a stávajících poskytovatelů služeb. [13]

### **Svaz venkovské turistiky**

Byl založen v roce 1997 jako Svaz podnikatelů ve venkovské turistice a agroturistice, později byl jeho název změněn na Svaz venkovské turistiky. Úzce spolupracuje s ECEAT CZ zejména na propagaci zařízení svých členů. Je členem mezinárodní organizace svazů venkovské turistiky Eurogites.

Pomáhá ekonomickému, kulturnímu a společenskému oživení venkova. Zajišťuje kontrolu a zavádění do praxe standardů kvality ubytovacích kapacit na venkově. Pomáhá při rozvoji odporných schopností poskytovatelů služeb. Nabízí a propaguje dovolenou na českých farmách včetně ekologických s ubytováním v kempech, chalupách a penzionech splňující standardy Evropského centra pro ekoagroturistiku a Svazu podnikatelů. Svaz je pověřen Ministerstvem pro místní rozvoj garancí a udělováním certifikace ECEAT a certifikace ubytování v soukromí.

### **PRO-BIO - Svaz ekologických zemědělců ČR**

Je celostátní nevládní organizace sdružující eko-zemědělce, zpracovatele a prodejce biopotravin. Sdružuje také poradce, spotřebitele, školy, podniky a služby orientující se na ekologické zemědělství a uplatnění jeho produktů. Poskytuje komplexní služby všem svým členům. Má 11 regionálních center svazu na území ČR a 2 odborné pobočky. [15]

### **WWOOF - World Wide Opportunity on Organic Farm**

WWOOF zajišťuje celosvětové příležitosti na ekologických farmách. Funguje jako celosvětová výměnná síť, kde za pomoc ekologickým farmářům dostane dobrovolník ubytování, stravu a praktické zkušenosti s ekologickým hospodařením. Délka pobytu závisí na dohodě a řídí se ročními obdobími a potřebou výpomoci na farmě. [15]

### **Ostatní orgány a instituce venkovského cestovního ruchu**

- Česká centrála cestovního ruchu (Czech Tourism)
- Ministerstvo zemědělství ČR
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
- Ministerstvo životního prostředí ČR
- Evropský orientační a záruční fond pro zemědělství (EAGGF) - podpora rozvoje venkova
- Asociace vzdělávacích zařízení pro rozvoj venkovského prostoru

## ***b) Produkty v rámci venkovského cestovního ruchu***

### **Prázdniny na venkově**

Oficiální turistický produkt České republiky, podporovaný Českou centrálou cestovního ruchu (Czech Tourism). Cílem projektu je podpořit vznik a využití venkovských ubytovacích kapacit (chalup, penzionů, malých kempů).

Prázdniny na venkově jsou motivační a kvalifikační program pro podnikatele ve venkovské turistice a agroturistice, zároveň se zaměřuje na individuální cestovatele. Tento projekt poskytuje začínajícím podnikatelům know-how, pomáhá vytvářet nové pracovní příležitosti, podporuje v obcích ekonomický rozvoj bez nároků na vysoké investice. Stávajícím ubytovacím zařízením nabízí lepší využití ubytovacích kapacit (efektivní propagace - především na internetu).

Tištěné Prázdniny jsou vydávány v ČR podle zaměření na jednotlivá teritoria (Česko, Holandsko, Německo atd.). Prázdniny na venkově jsou společným programem ECEAT CZ, Evropského centra pro eko-agro turistiku a Svazu venkovské turistiky. [13]

### **Zelené prázdniny**

Zelené prázdniny jsou produktem se zaměřením na ekologickou kvalitu. Tento projekt je nabízen již 20 let. Hlavní zaměřením tohoto produktu se soustřeďuje na podnikatele a destinace. V současnosti se rozšiřují pravidla pro certifikaci služeb cestovního ruchu s označením ekologické.

Jednotný turistický produkt Green Holidays je připravován ve spolupráci s členskými zeměmi ECEAT Internation. Projekt Green Holidays má jednotnou přísnější eko-certifikace. [13]

### **„Heritage Trails – Stezky dědictví“ – aktivní a poznávací programy**

Od roku 1994 také funguje turistický produkt „Stezky dědictví“, který je dalším oficiálním produktem České republiky. Hlavním cílem je zprostředkovat návštěvníkům to nejlepší z regionální gastronomie. Jde zejména o rozvoj cestovního ruchu na úrovni krajů a mikroregionů.

Provozování musí splňovat kritéria udržitelného rozvoje a příjmy z tohoto produktu mají sloužit v maximální míře místním komunitám. To znamená například, že restaurační zařízení nepoužívá zahraniční suroviny, které jsou nejlépe regionální. [13]

## **Zelené stezky- Greenways**

Zelené stezky Greenways je asistenční a grantový program Nadace Partnerství. Jeho prostřednictvím nadace poskytuje pomoc a podporu organizacím a projektům přispívajícím k udržitelnému rozvoji podél stezek a přírodních koridorů. Cílem programu je rovněž vytvořit síť organizací a projektů, které si mohou navzájem vyměňovat zkušenosti a spolupracovat jak mezi sebou, tak s partnerskými organizacemi doma i v zahraničí. [13]

Zelené stezky se zaměřují na bezpečí cyklistů a chodců, ochranu přírody a kulturního dědictví, rozvoj šetrného cestovního ruchu, zdravý životní styl a dostupnou rekreaci.

- **Moravské vinařské stezky**

Jsou dlouhodobým projektem rozvoje vinařství a turistiky na jižní Moravě a jsou přímo řízeny programem Zelené stezky Greenways. Od roku 1999 do projektu zapojilo 280 vinařských obcí, bylo vyznačeno 1200 km cyklistických tras, vydáno deset turistických map, ve dvaceti obcích byla vybudována odpočívadla pro cyklisty, vydáno CD pro podnikatele "Jak podnikat na vinařských stezkách", zpracována studie záchrany lidové architektury vinných sklepů, otevřeny internetové stránky <http://www.stezky.cz>, zorganizována řada seminářů pro vinaře a navázána spolupráce s rakouskými vinařskými stezkami. Moravské vinařské stezky využívá řada obcí a malých podnikatelů jako nástroj rozvoje šetrné turistiky a podpory malého podnikání. Ekonomický přínos je přímo svázán s úctou ke krajině, zachováním lidových tradic a obnovou kulturního dědictví spojeného s vinařstvím. Oblast se dělí se na 10 okruhů a to podle vinařských oblastí. [22] [34] [35]

Obr. 2.1 Mapa – Moravské vinařské stezky



Zdroj: [www.stezky.cz](http://www.stezky.cz)



- Greenways Praha-Vídeň

Je koridor stezek pro pěší, cyklisty, jezdce na koních i vodáky. Jedna z prvních Greenways ve střední Evropě nastartovalo ji stejnojmenné sdružení občanů již v roce 1992. Od roku 1998 ji spravuje Nadace Partnerství. Do projektu je formou sdružení zapojeno 30 neziskových organizací pracujících podél trasy. Komerčním partnerem je cestovní kancelář „Greenways Travel Club“. Jejím prostřednictvím se s neziskovými organizacemi setkávají turisté z daleké ciziny. Délka je 470 km. [24]

- Labská stezka

Tato síť stezek je součástí sítě EuroVelo a na území Německa (Elberadweg) jednou z nejnavštěvovanějších stezek v Německu. V České republice má délku cca 370 km. Cílem nebo počátkem cesty může být pramen řeky v Krkonoších. Cyklista má možnost na této trase přejet přes 111 mostů. [23]

- Drážní stezky

Jsou začínajícím projektem, který má za úkol využití výstavby stezek v místech opuštěných železničních tratí. V České republice je stezek greenways, které využívají zrušené železnice pouze pár kilometrů. [25]

### **Cestovní kanceláře a jejich produkty v rámci ekologicky šetrného cestovního ruchu**

Počet cestovních kanceláří a cestovních agentur, zabývajících se šetrnými formami cestovního ruchu není v současnosti sledován. V současné době zaznamenal ekologicky šetrný cestovní ruch velký rozvoj i na poli produktů cestovních kanceláří a agentur. Dříve byl jediným specialistou na venkovskou turistiku, agroturistiku, ekoturistiku a ekoagroturistiku na našem trhu CA Kopretina. Nyní se přidal CA Ing. Michala Buriana s projektem [www.na-farmu.cz](http://www.na-farmu.cz), jedná se zejména o prodej přes internet, je možný i nákup v Tišnově.

Cestovními kanceláři (CK) a cestovními agenturami (CA), které nabízí pronájem chat, chalup penzionů a podobně jsou: Agentura Bora, Agentura NN, CA Ráj, CA Tippobyt, CA Tourtrend či CK Régio. CK a CA se zaměřením na cykloturistiku jsou CK Velotours (programy „Putování za Moravským krasem“, „Moravská brána“), CA Vitoraz. Další CK a CA se zaměřením na ekologicky šetrný cestovní ruch jsou CK Sindibád (víkendové výjezdy pro děti a teenagery za agroturistikou), CK Albatros Travel and Expeditions (ekoturistika), Agentura Vinsice (vinařská agroturistika, návštěvy sklepů). [13]

Současné nabízené produkty cestovních kanceláří jsou práce v hospodářství (sušením sena, ošetřování zvířat, dojení krav a koz), výroba medu a jiných bioproduktů, rybaření, houbaření, sběr lesních plodů a bylin, toulání přírodou, pěší turistika, hřebenové túry, lov zvěře, ukázky sokolnictví, práce v keramické dílně, malování na dřevo, řezbářské výrobky, pletení ošatek, vyšívání krojů, prohlídka mlýna, ekofarmy, biofarmy, pštrosí a ovčí farmy, domácí zabíjačka, rybí hody, grilování, bioprodukty, hippoturistika (jízda na koni, lyžování za koněm, účast na plavení koní, putování s vozy a koňmi), vyhlídkové lety, střelnice, návštěva vinného sklípku, vinařské stezky, vícedenní putování krajinou, projížďky na lodích, vodní sporty, zábavné společenské hry (velkoplošné šachy, pétanque, kroket, zahradní kuželky, zahradní minigolf), firemní agroturistika, veškeré letní a zimní sporty. [13]

#### **2.2.4 Venkovská turistika v zahraničí**

Využití volného času ve venkovském prostředí se v některých zemích traduje již desítky let a je zde na vysoké úrovni. V EU jde nejčastěji o činnosti ubytování se snídaní nebo večeří, rekreační a sportovní činnosti (průvodcovství, rybaření, lov, jízda na koních), prodej ve vlastních obchodech, stancích na farmách, samosběr ovoce rekreanty, chov zvířat (kozy, ryby, šneci), alternativní zemědělství (bioprodukty), zpracování vlastních výrobků a jejich prodej, dále provoz restaurací, pronájem budov nebo půdy.

V každé zemi jsou různě vhodné podmínky pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. V některých zemích je podpora státu přímá či nepřímá, případně legislativně ošetřena. [9]

#### **Hlavní typy venkovské turistiky v zahraničí**

Zemědělství nebo zemědělec se podílí na turistickém ruchu buď jako producent potravin nebo poskytovatel služeb, případně kapitálový investor. Podle převládající formy rozlišujeme tři hlavní typy venkovské turistiky a to labužnickou turistiku, turistiku s poskytováním přístřeší a skandinávským typ agroturistiky.

Labužnická nebo gastronomická turistika - jde o přímý odbyt regionálních specialit vlastními hosty, stálým okruhem odběratelů a restauracemi. Tato forma je spojována s poskytováním zpracovaných vlastních produktů. Tento typ převládá ve Středomoří a Francii. [9]

Turistika s poskytováním přístřeší - farmář neposkytuje pouze nocleh, ale i další služby. Příkladem může být dovolená na selském dvoře, kdy hovoříme o levném turismu.

Skandinávský typ agroturistiky - klade důraz na pronájem s poskytnutím malých nebo žádných služeb. Může se členit na pronájem kempinkových ploch (extenzivní typ agroturistiky) a pronájem prázdninových domů nebo bytů (intenzivní typ agroturistiky). Tato forma se v posledních letech rozšiřuje do střední Evropy. Vysoké kapitálové náklady by měly šíření intenzivnímu typu skandinávské agroturistiky zabránit. [9]

### **2.3 Podnikání v agroturistice**

Rozvoj podnikání v agroturistice je pro venkov v současnosti velmi důležité. Nepřináší jen nové pracovní příležitosti, ale je také zdrojem příjmů pro danou oblast. V České republice je tento druh podnikání teprve na začátku. Podnikatelé mohou čerpat zkušenosti a informace ze zemí, kde je agroturistika již dlouho podporována přímo i nepřímo vládními organizacemi, ale také nevládními organizacemi a institucemi.

Vzhledem ke geografickému umístění je rozvoj agroturistiky u nás jednou z možností jak udržet místní obyvatele v místech, které jsou zemědělsky málo produktivní. Agroturistika je specifická tím, že může být provozována během celého roku s vrcholem během prázdnin a sklizní. Potenciál pro Českou republiku se také skrývá v bohaté historii, mnoha kulturních a přírodních krásách a umístění ve „středu“ Evropy.

Z rozvoje agroturistiky v dané vesnici neprofituje jen podnikatel, ale také obyvatelé vesnice. V této vesnici je totiž nutné zajistit funkci pošt, bank, pohostinství, informačních služeb, ale také ubytování či řemeslnou výrobu. Oblast organizace volného času je pro turisty důležitá z hlediska upoutání pozornosti na danou oblast. Propagace území či vesnice v tuzemsku i zahraničí je jednodušší v oblastech s vyvinutou turistickou infrastrukturou a volnočasovými akcemi. Mezi tyto akce se řadí folklor, místní atrakce, sport a další. [9]

### 2.3.1 Subjekty podnikání v agroturistice

Agroturistika je realizována v zemědělských hospodářstvích. Tyto hospodářství se nachází ve vlastnictví rodin jako rodinné farmy nebo ve vlastnictví jiných podnikatelských subjektů jako větší podnikatelské celky.

Agroturistikou dochází ke křížení cestovního ruchu se zemědělstvím, kdy se využívá předností cestovního ruchu při podnikání v oblasti zemědělství. Zemědělský podnikatel si může díky agroturistice zajistit další příjem. Zároveň i část produkce prodat svým hostům nebo ji využít pro stravování hostů. Cenu ubytování snižují i vstupy, které nemusí podnikatel nakupovat. [9]

#### *a) Agroturistika na rodinných farmách*

Při této formě agroturistiky dochází k přímému kontaktu s rodinnými příslušníky. Jedná se především o zemědělce, který si tímto způsobem zajišťuje další dodatekový zdroj příjmů.

Ubytování je poskytováno přímo na rodinné farmě nebo v objektech, které podnikatel vlastní. Jedná se zejména o rekreační domky, chaty, sruby a další. Maximální ubytovací kapacita je 12 lůžek. Toto omezení zaručuje vyniknutí všech aspektů zemědělského či vesnického prostředí. Ubytování na rodinných farmách je řazeno mezi volné živnosti, kde není nutnost prokazovat odbornou způsobilost a minimální standard je téměř stejný jako při ubytování v soukromí.

Stravování je v tomto případě realizováno spíše jako možnost ochutnání místních a domácích specialit, neboť hospodyně je vytížena i starostí o farmu. Je zde také možnost využít prostor pro odbyt vlastních výrobků, výpěstků nebo polotovarů. Nejčastěji je to mléko, sýry, ovoce, zelenina, maso. Hosté si na těchto farmách mohou vařit sami nebo využít místních restauračních zařízení.

Specifikem agroturistiky na rodinných farmách je možnost pohybu v prostředí farmy a seznámením se vším co dotváří zemědělskou usedlost. Hosté se mají možnost navštívit zemědělské objekty, jako jsou stáje, stodoly, chlévy, zemědělské stroje, nářadí využívané k chodu farmy. Hosté v prostředí rodinné farmy se mohou seznámit zejména a domácími a hospodářskými zvířaty, příkladem jsou kočky, psi, slepice, prasata, kozy, ovce, krávy, holuby a jiné. [9]

### ***b) Agroturistika u podnikatelských subjektů***

V případě agroturistiky provozované jinými podnikatelskými subjekty se jedná o podnikání v zemědělské prvovýrobě a poskytování služeb pro zemědělství.

Ubytování je zde poskytováno více komerčně v podobě jak rekreačních objektů, tak hotelů nebo penzionů. Tyto objekty může mít podnikatel ve vlastnictví nebo v pronájmu. Maximální kapacita na jeden rekreační objekt je 12 lůžek. V rámci hotelů a penzionů se jedná o 50 lůžek nebo 25 pokojů na jeden objekt. Omezení v tomto případě minimalizuje zatížení krajiny turisty, zamezuje soustředění více lidí v jednom místě nebo lokalitě. Tento druh podnikání řadíme mezi živnosti koncesované, což znamená nutnost prokázat odbornou způsobilost a zajištění celodenní recepční služby.

Stravování je realizováno minimálně poskytnutím snídaní. Častěji se jedná o zajištění celodenního stravování, kdy se využívá zpracování vlastní rostlinné i živočišné produkce. Také zde se využívá prodeje vlastních výrobků, výpěstů a polotovarů. Při zajišťování celodenního stravování je nutnost prokázat odbornou způsobilost, neboť se jedná o živnost koncesovanou.

Specifikem je zde spojení zemědělského prostředí a turistů. Turista má možnost vidět lesy, pole, louky a jiné. Tyto nemovitosti mohou být majetkem podnikatele nebo je může mít v pronájmu. Dále se zde poskytují speciální doprovodné služby jako je jezdecká škola, myslivost a jiné, které souvisí s místním prostředím. [9]

#### **2.3.2 Doprovodné programy v rámci agroturistiky**

Pod pojmem doprovodný program agroturistiky si můžeme představit téměř vše. Tyto programy dotváří výsledný produkt cestovního ruchu a dodávají mu atraktivitu. Není nutností, aby se jednalo jen o programy realizované podnikatelem, stačí, když program zprostředkuje nebo o něm hosty informuje. Mezi doprovodné programy zahrnujeme atraktivity bezpodmínečně spjaté s okolním prostředím. Jedná se zejména o historii okolí, místní atrakce a přírodní zajímavosti.

Nutností doprovodných programů je komplexnost a ucelení nabídky. Nabídka je závislá na lokalitě, kde se provozovatel agroturistiky nachází, charakteru a infrastruktuře obce. [9]

Nejčastější doprovodné programy jsou:

- stravování (místní potraviny a zvláštnosti - kulajda, kyselo, kuba, smaženice, bylinné čaje, vína, zabijačky),
- zemědělské práce (pastva, úklid stájí a chlévů),
- projížďky na koních a jezdecké školy (vysoká atraktivnost, podmíněna vlastnictvím nebo chovem koní, projížďky kočárem, bryčkou),
- rybaření a lov zvěře (závislost na lokalitě a možnostech podnikatele),
- sporty (letní i zimní, závislé na charakteru krajiny, cykloturistika, pěší turistika, lyžování, bruslení, koupání),
- tradiční řemesla (ukázky, prohlídky historických objektů, možnost výroby suvenýrů),
- atraktivita v místě pobytu a okolí (pamětihodnosti, přírodní zvláštnosti - jeskyně, krasy, fauna, flora),
- zvyky a tradice (poutě, jarmarky, košty),
- a mnoho dalších.

### **2.3.3 Pozitiva agroturistiky**

Spojení cestovního ruchu se zemědělským prostředím a tím vytvoření agroturistiky je pozitivem už kvůli tomu, že dochází k návratu k přírodě, udržování a nepoškozování rozmanitosti životního prostředí. Turista zúčastňující se agroturistiky má také možnost objevit původní místní tradice, zvyky a folklor. Návštěvou určité lokality turista také podporuje jiné formy podnikání než jen samotného farmáře, čímž dochází k celkovému rozvoji destinace.

Pozitiva můžeme rozdělit podle významu pro zemědělské podnikatelské subjekty, pro obce a v neposlední řadě pro regiony a stát.

Pro zemědělské podnikatelské subjekty se jedná zejména o další zdroj příjmů, využití zemědělských ploch, možnost výhodněji zpeněžit nejen svou vlastní výrobu, ale také ubytovací kapacity nebo prostředí farmy a vesnice. Nejen agroturistika, ale cestovní ruch všeobecně, zvyšuje standard životní úrovně obyvatel, kde je provozována. V případě agroturistiky se jedná zejména o standard zemědělských domácností.

Nezanedbatelný vliv má agroturistika na obce, kde je zemědělská usedlost. Turismus vyžaduje komplexní služby nejen od poskytovatele primárních služeb. Nutností je dobrá vybavenost obce. Cestovní ruch je zdrojem příjmů obcí, vytváří podmínky pro vznik nových pracovních míst a pomáhá využití budov. Agroturistika na rozdíl od jiných druhů turistiky zachovává původní ráz krajiny okolí a přispívá k využití historického, kulturního a přírodního potenciálu obce. Předmětem nabídky je také gastronomie, která odedávna podporuje udržování místních zvyklostí. Pro zvýšení atraktivity obce se udržují a obnovují původní řemesla, folklor, tradice.

Pro regiony i stát je nutná agroturistika hlavně v oblasti alternativního využití zemědělských usedlostí, neboť nedochází k vysídlování venkova a naopak pomáhá obnovovat osídlení vesnic. Nutným předpokladem, aby nedocházelo k vysídlování, je vznik nových pracovních příležitostí. Agroturistika je rozšířena a povědomí v zahraničí je mnohonásobně vyšší což podněcuje, zvyšuje možnosti zemědělského podnikatelského subjektu mít zahraniční turisty. Zahraniční klientela je nejen movitější, ale také dochází ke zvýšení exportu státu. [9]

#### **2.3.4 Negativa agroturistiky**

Agroturistika jako i jiné formy podnikání přináší také negativa. Dochází ke konkurenci v rámci využití pracovních sil, kdy je pracovní síla potřebná v sezoně jak v agroturistice, tak v zemědělství. Konkurenci také můžeme spatřovat ve využití volného kapitálu a rozporu zda investovat do rozvoje a obnovy zemědělské výroby nebo do agroturistiky.

V lokalitách, kde je rozvinuta agroturistika může docházet k úbytku půdy z důvodu stavby ubytovacích zařízení, budování infrastruktury. Nejen pozitivní, ale také negativní dopad může mít agroturistika i na přírodu, zejména jde o rušení zvěře nebo odpadky. Velká atraktivnost a návštěvnost lokality není pro vesnickou strukturu vhodná, dochází zde k nadměrné zátěži místního obyvatelstva. Jelikož je agroturistika často realizována na rovině rodinné může docházet k přetěžování žen, a to z důvodu práce nejen v zemědělství, ale i v domácnosti, oblasti agroturistiky. [9]

##### **a) Problémy pro podnikatele**

Agroturistika nepřináší pro podnikatele jenom pozitiva, ale má také své negativa. Jedním z nich může být nedostatek kapitálu či jeho přebytek. Při nedostatku kapitálu není možný rozvoj, naopak získáním dotace může dojít k jejímu neefektivnímu využití.

Dalším problémem může být špatně nebo vůbec zpracovaná podnikatelská a marketingová strategie. Kdy mohou být špatně stanoveny ceny výrobků a služeb. Častým jevem je nedostatečná znalost zákona informovanost o jeho změnách. Problémem je také zavedení podnikání v agroturistice při nezemědělském podnikání, protože často chybí odborné znalosti a zkušenosti. [9]

***b) Problémy pro místní a státní samosprávu***

Pro samosprávu se jedná o problematiku zejména střetu zájmů podnikatelů, zástupců místní samosprávy, občanů nebo ochránců přírody. Dále pak zcela chybí prezentace agroturistiky na domácím i zahraničním trhu. Důležitá je i informovanost o možnostech a využití dotací v oblasti agroturistiky. [9]



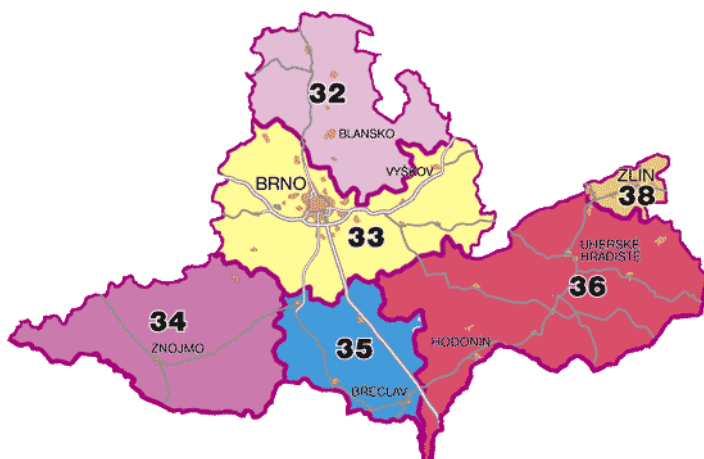
### 3 Agroturistika na jižní Moravě

#### 3.1 Specifika oblasti

Region jižní Morava se nachází v jihovýchodní části České republiky. Nalezneme zde hranice se Slovenskem a Rakouskem. V dobách minulých i současnosti toto území představuje strategickou oblast.

Turistický region Jižní Morava definuje agentura Czech tourism. Je rozložen převážně na území Jihomoravského kraje. Dále se turistický region Jižní Morava dělí na pět oblastí podle charakteru území. Jedná se o regiony Moravský kras a okolí, Brno a okolí, Znojmo a Podyjí, Pálava a Lednicko-valtický areál, Slovácko. Region Slovácko jako jediný zasahuje na území Zlínského kraje.

Obr. 3.1 Turistické regiony Jižní Moravy



Zdroj: <http://www.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=74216>

Odlišné je dělení na mikroregiony, které vytváří sdružení obcí a mají různou právní formu. Mikroregiony tvoří nejčastěji pět až deset sousedících obcí. Na území Jižní Moravy najdeme tyto mikroregiony:

- Boskovicko
- Cezava
- Čerbínka
- Dražanská vrchovina
- Hodonínsko
- Hornácko

- Hrušovansko
- Hustopečsko
- Kahan
- Kunštátsko- Lysicko
- Kuřimka
- Lednicko-valtický areál
- Letovicko
- Malá Haná
- Mikulovsko
- Modré Hory
- Moravsko-Krumlovsko
- Nový Dvůr
- Olešnicko
- Strážnicko
- Větrník
- Vranovsko
- Ždánický les a Politaví
- Židlochovicko

Návštěvníci na jižní Moravě naleznou nádhernou přírodu, kulturní i technické památky. V regionu jižní Morava jsou čtyři unikátní lokality a dvě nehmotné památky zapsány na Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Je zde také výrazný vliv vinařství a folkloru. Nezapomenutelná a pestrá je také kuchyně jižní Moravy.

### **3.1.1 Turistická oblast Moravský kras a okolí**

Je oblastí s unikátní přírodou a jedna z ekologicky nejčistších oblastí České republiky. Pod zemským povrchem v této lokalitě se nachází více než tisíc jeskyní, které způsobují propadání vodních toků, poklesy údolí, čímž vzniká vhodný terén zejména pro horolezce. Na své si zde přijdou také pěší turisté, cykloturisté, lyžaři nebo lidé preferující jízdu na koni. Nachází se zde také několik zřícenin hradů, zámky, technické památky, církevní a židovské stavby. V oblasti se nachází 13 informačních a kulturních center.

### **3.1.2 Turistická oblast Brno a okolí**

Brno je druhým největším městem České republiky, sídlí zde mnoho významných státních a nestátních institucí. Významné je pro veletržní centrum, kde se řadí ke špičce v Evropě. Koná se zde padesát mezinárodních výstav a veletrhů za rok. Město láká na svou bohatou kulturní nabídku. Koná se zde mnoho společenských a sportovních akcí. V blízkém okolí se nachází památková zóna Slavkovské bojiště, kde se odehrála bitva u Slavkova. V oblasti se nachází 15 informačních a kulturních center.

### **3.1.3 Turistická oblast Znojmo a Podyjí**

Znojemsko a Podyjí je známé vínem, historií i vhodným prostředím pro cykloturistiku. Nejvýznamnější protékající řekou je Dyje, při jejím břehu se nachází několik hradů a zámků. Na území Podyjí se rozkládá nejmenší národní park České republiky. Národní park a jeho okolí se vyznačuje vřesovišti, lesostepmi, skalnatými a zalesněnými svahy. Centrem regionu je Znojmo, které je i druhé největší město Jihomoravského kraje. V oblasti se nachází 7 informačních a kulturních center.

### **3.1.4 Turistická oblast Pálava a Lednicko-valtický areál**

Oblast Pálavy a Lednicko-valtického areálu je charakteristická lužními lesy, vinicemi a úrodnými poli. Nachází se zde soutok řek Dyje a Morava, které ovlivňují řád krajiny. Je zde také největší dochovaný zbytek lužního lesa v Evropě. Chráněná území pod ochranou UNESCO jsou biosférická rezervace Dolní Morava a Lednicko-valtický areál. Oblast má bohatou historii, folklorní tradice a mnoho památek. V oblasti se nachází 10 informačních a kulturních center.

### **3.1.5 Turistická oblast Slovácko**

Turistická oblast Slovácko je typická svým folklorem a tradicemi, které jsou v této oblasti stále živé. Při návštěvě se seznámíte s krojem, slavnostmi, tancem nebo tradičními řemesly. Dominantou přírodního reliéfu jsou listnaté lesy Ždánického lesa, pohoří Chřibý, biosférická rezervace na jihu Bílých Karpat s orchidejovými loukami a vzácnou faunou a florou. Slováckem protéká řeka Morava, která je známá vodní cestou Baťova kanálu. K folkloru a festivalům se neodmyslitelně váže víno a vinařská turistika. Z památek jsou zde zastoupeny především církevní, světské a archeologické lokality. V oblasti se nachází 11 informačních a kulturních center.

### 3.2 Přírodní podmínky

Území Jižní Moravy je velmi rozmanité nalezneme zde jeskyně, krasy, národní park Podyjí, chráněné krajinné oblasti Moravský kras, Bílé Karpaty, Pálava, památky UNESCO. Přírodní zajímavosti ve formě studánek, vrchovin a vodních ploch jako je Baťův kanál, Brněnská přehrada, rybníky a jezera.

Podnebí je zde poměrně teplé což vybízí zejména v létě k pěší turistice a cykloturistice. Je zde mnoho značených tras vedoucích přes lesy, louky, vinice, říční údolí, podél řek. Zastavit se můžete na mnoha rozhlednách a vyhlídkových místech. Významné jsou plavby po Baťově kanálu, Brněnské přehradě, v Punkevních jeskyních i řece Dyji.

Nejvýznamnější oblasti jsou dokonce zapsány v Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Jedná se o oblast CHKO Bílé Karpaty, CHKO Pálava a Lednicko-valtický areál.

Obr. 3.2 Mapa – Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO



Zdroj:

[http://www.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=106224&id\\_mapy=40&lng=&menu=](http://www.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=106224&id_mapy=40&lng=&menu=)

### 3.3 Kulturní podmínky

Z architektonických památek se na Jižní Moravě nachází mnoho areálů vinných sklepů, dílen řemeslných prací (kovárny, sklárny, keramika), muzeí zachovávající vznik a vývoj nejen řemesel ale i tradic a zvyků. Z tradic a zvyků jsou nejznámější hody, fašanky či dožínky konané na vesnicích. Verbuňk a Jízda králů jsou pro svou unikátnost dokonce známé i za hranicemi České republiky.

Vzhledem k tomu, že se na Jižní Moravě nachází druhé největší město České republiky Brno, je na území mnoho divadel, galerií, kin a muzeí. Nejznámější divadlo mimo Brno je Slovácké divadlo v Uherském Hradišti. Jako atraktivitu bych uvedla také hry konané mimo prostory divadel, například v zámeckém parku v Buchlovicích či Strážnici, kde se konají v létě i koncerty. Muzea jsou zde spjata s architektonickými památkami či rodnými městy známých osobností.

Z památek na území Jižní Moravy je zastoupeno snad úplně vše. Od archeologických nalezišť, přes architektonické, židovské a církevní památky, hrady a zámky, zříceniny, městské památkové rezervace, památníky až po technické památky.

Nejvýznamnější archeologické naleziště je Slovanské hradiště v Mikulčicích, z architektonických památek Znojenské podzemí, také zde nalezneme mnoho synagog, kapliček, bazilik, kostelů, soch. Turista má zde možnost navštívit nepřehledné množství hradů a zámků. Náhodným výběrem: státní zámek Milotice, státní zámek Lysice, státní zámek Vranov nad Dyjí, státní zámek Lednice, státní hrad Bítov nebo hrad Špilberg v Brně. Mezi památky UNESCO na území Jižní Moravy jsou zařazeny: vila Tugendhat v Brně a Lednicko-valtický areál, nemotné dědictví – tanec Verbuňk a jízda králů ve Vlčnově.

Obr. 3.3 Mapa některých významných památek



Zdroj: <http://www.jizni-morava.info/>

### 3.4 Konkurence v rámci agroturistiky na jižní Moravě

Rozvoj agroturistiky je v posledních letech znatelný a začíná vznikat konkurence. Proto je již nutná prezentace na internetu a webových stránkách se zaměřením na agroturistiku. Jedním z větších subjektů podnikajících na poli agroturistiky je Agrocentrum Ohrada. Toto centrum má velmi širokou nabídku doplňkových služeb a dobrou strategickou polohu. Dalším subjektem je Ranč na konci světa, který je poměrně blízko Agrocentru Ohrada. Možnou výhodou je rodinná atmosféra a větší kontakt s přírodou vzhledem k tomu, že leží na okraji Boskovic.

Jáňův dvůr leží na okraji České republiky v blízkosti Rakouska, což je možný potenciál pro upoutání zahraniční klientely. Vlastní koně, ovce a kozy, starají se o vinice a vlastní sklípek. Dalším subjektem je například penzion Pod vinohrady v blízkosti Pálavských vrchů. Návštěvníci zde mají možnost návštěvy vinných sklepů a degustací, navíc obcí prochází Moravská vinná stezka. Farma Trnka je ekologicky hospodařící farma s dlouholetou tradicí. Zaměřují se nejen na pěstování plodin a agroturistiku. Turisty lákají na možnost projížďky na koni.

### **3.5 Blatova farma**

#### **3.5.1 Obecné informace**

Blatova farma leží v centru obce Šardice. Kontaktní osobou je pan Ing. Jan Blata. Zákazník může využít spojení emailem [janek.blata@seznam.cz](mailto:janek.blata@seznam.cz), nebo telefonicky +420 602 740 248.

Agroturistiku provozuje pan Ing. Jan Blata na základě živnostenského oprávnění. Zároveň je jednatelem a majitelem firmy Blatvíno, s. r. o., kde vlastní většinový podíl. Zaměstnance Blatova farma ani Blatvíno, s. r. o. nemá. Veškeré práce dělají v rámci svého volného času.

Historie firmy a vinohradu je velmi poutavá, neboť aby pan Ing. Blata mohl zasadit první vinohrad, potřeboval kapitál, který zajistil podnikáním v zemědělství a chovem. Sadil brambory, řepku, zeleninu a choval prasata, skot, slepice. První vinohrad vysadil v roce 1997. Další vinohrad i sad hrušní vysadil v roce 2001, kdy ukončil pěstování potravin a postupně ukončil i chov zvířat. V současné době plánuje rekonstrukci budovy a přistavění dalšího vinného sklepa s možností ubytování.

Blatova farma poskytuje ubytování v rámci rodinného domu s kabelovým připojením k internetu v ceně. Ubytovat se je možné ve dvou nebo třílůžkovém pokoji se sociálním zařízením. Celková kapacita je 7 lůžek. Jsou zde také dvě místa pro stan. K ubytování náleží sociální zařízení, kuchyňka, společenská místnost. Je zde možnost parkování na zastřešeném místě a úschova kol v domě. Návštěvníci mají k dispozici mimo jiné i gril. Cena za noc je 150 Kč, placení je zde možné pouze v hotovosti. Nabízí možnost snídaně nebo hospodyně. Stravování je možné v restauraci, která se nachází v obci. Z vlastní produkce Blatovy farmy má možnost zákazník ochutnat med, víno a ovoce.

V rámci ubytování může turista vidět psa pana Ing. Jana Blaty. Ve vinohradu a sadu se nachází včelstva a u vinných sklepů ohrada se stádem ovcí. Stádo ovcí se v době návštěvy skládalo z jednoho berana, osmi ovcí a jedenácti jehňat. Ovce nechovají pro vlnu ani mléko. Pouze prodávají část jehňat dalším chovatelům.

Hlavním zaměřením Blatovy farmy je vinařství, pěstování vinné révy a hrušní. Část úrody vinné révy prodává pan Ing. Jan Blata do Templářských sklepů v Čejkovicích, kde má jako člen družstva výhodnější výkupní cenu za kg hroznů. Hrušně prodávají do palírny v Čejkovicích. Vinnou révu, kterou neodevzdají, zpracují pouze pro vlastní spotřebu. V minulém roce měli 350 kg vína červeného a 950 kg vína bílého. Preferují původní způsob výroby bez nerezových nádob a řízeného kvašení.

Z dotací využívají projekty na obnovu vinohradů. Tyto dotace se týkají sazenic, konstrukcí a dalších nutností ve vinohradu, většinou pokryjí náklady.

### **3.5.2 Obec Šardice**

Obec Šardice nalezneme v Jihomoravském kraji v okrese Hodonín, 9km od Kyjova. Obec je členem mikroregionu Hovoransko. První písemná zmínka je ze 13. století. Okolí obce tvoří převážně zemědělská krajina. V dřívějších dobách se zde těžil lignit. Slavnou osobností obce je J. G. Medel, objevitel genetiky.

Nejvýznamnější památkou v obci je Rezidence - bývalé letní sídlo augustiánského kláštera. Ve středu obce je kostel sv. Archanděla Michaela, Smírčí kámen. V okolí obce se nachází mnoho křížů a soch. U hlavní silnice můžeme také vidět kapličku sv. Rocha. Je zde také několik pomníků připomínající oběti války a horníky zahynulé v dole. Obec má základní i mateřskou školu, zdravotní středisko, obecní úřad, poštu a charitní pečovatelské zařízení Domovinka.

Tak jako většina Slováckých obcí mají Šardice svůj specifický kroj. Dodržují se zde tradice jako fašank, Velikonoční šlaháčka, tradiční krojované hody a svatby. Z folklorních uskupení je zde sdružení Šardičan, dechová hudba Šardičanka, Ištvánci, Mladá muzika. Mnoho folklorních akcí doprovází vystoupení místních mažoretek.

### **3.5.3 Atraktivita v okolí**

V blízkosti obce se nachází Bukovanský větrný mlýn. V oblasti je také mnoho zámků jako je zámek Milotice, zámek Čejkovice, zámek Kyjov, zámek Ždánice, zámek Koryčany, zámek Bzenec, zámek Kloubouky, zámek Hodonín. Muzea nejsou v bezprostřední blízkosti, ale stojí za návštěvu. Zejména muzeum obce Kobylí, Masarykovo muzeum, Slovanské hradiště v Mikulčicích, které se snaží památkáři zapsat do seznamu UNESCO. V obci Dubňany vzdálené asi 4 km je stálá expozice historie sklářství a hornictví.



Ze sportovních možností jsou zde hodně koupališť, nejbližší je v Kyjově. Dále mají koupaliště přilehlé vesnice Dubňany, Osvětimany, Ždánice. V Hodoníně je letní koupaliště, plavecký bazén i zoologická zahrada. Zajímavostí vybízející k návštěvě je Ratíškovická železnice.

### **3.5.4 Hodnocení firmy**

Dopravní dostupnost jsem analyzovala z města Hluk, kde bydlím. Autem cesta trvala asi hodinu, úroveň cest je zde ve velmi dobrém technickém stavu. Pokud chce turista přicestovat veřejnou dopravou, může využít vlakové spojení do Kyjova a odtud autobusové dopravy do Šardic. V mém případě by taková cesta zabrala zhruba 3 hodiny. Využít je možno jak dopravu vlakovou, tak čistě autobusovou. V obou případech je nutné přesezení.

První dojem z Blatovy farmy splnil očekávání, ubytování je skromnější, ale levné. Tato oblast je zvláště vhodná pro cykloturistiku a procházky v přírodě. Chybí internetové stránky.

## **3.6 Horňácká farma s. r. o.**

### **3.6.1 Obecné informace**

Horňácká farma se nachází v obci Hrubá Vrbka. Kontaktovat můžete jednatelky Mgr. Ivu Novákovou Pavlíkovou nebo Marinu Kadubcovou. Je také možné kontaktovat pana Ing. Jana Pavlíka, který má na starost správu farmy. Zákazník může využít emailovou adresu [hornackafarma@centrum.cz](mailto:hornackafarma@centrum.cz), telefonní čísla jsou: +420 602 561 308, +40 732 167 756 nebo +420 606 189 504. Firma má webové stránky [www.hornackafarma.cz](http://www.hornackafarma.cz).

Společnost Horňácká farma s.r.o. byla zapsána do obchodního rejstříku v roce 2006. Základní kapitál je 200 000,- a je již splacen. Podíly jsou rozděleny mezi tři společníky.

Společnost byla založena v roce 2006. Podnikání začínalo chovem ovcí a koz, které se těžce sháněli. Veškerá produkce je od založení firmy ekologická. Ještě v roce 2009 nebyl o bio potraviny zájem, v současné době je již zájem velký. Firma také získala značku Tradice Bílých Karpat.

V budoucnu plánují vyžívání nadále dotací, například na renovaci stájí nebo vylepšení areálu. Zároveň budou pokračovat ve spolupráci se správou CHKO Bílé Karpaty. Dalším projektem, se kterým budou pokračovat a rozvíjet, jsou celosvětové výměnné pobyty a vzdělávací programy pro děti a školy. Důležité je pro firmu také prodloužení značky Tradice Bílých Karpat.

Služby na Horňácké farmě jsou velmi rozmanité. Jedná se nejen o ubytování a možnost vidět ekologicky hospodařící farmu. Turisté si zde mohou vyzkoušet chod farmy, péči o zvířata, jízdu na traktoru, koupaní koně či jízdu na oslovi. Jednou z poskytovaných služeb je také Horňácké safari a projížďka v povozu. Farma také nabízí půjčovnu kol a sportovního vybavení, pro děti je v areálu velká trampolína. Horňácká farma se zaměřuje především na rodiny s dětmi. Nabízí půjčení dětských kol, koloběžek, postýlky, hrací venkovní kout. Kromě agroturistiky farma nabízí zážitkovou pedagogiku. Celá farma je bezbariérová, což umožňuje návštěvu bez jakéhokoli omezení všem.

Horňácká farma chová mnoho zvířata, neboť je zaměřena primárně na pastevectví. Na začátku podnikání měli 100 koz a 200 ovcí. V současné době chovají skot, koně, prasata, divoké prasata, miniprasátka, osla, ovce, kozy, slepice, husy, indické běžce, králíky.

Zemědělskou činnost provozují pouze pro vlastní potřebu, neboť tímto způsobem krmí zvířata. Pěstují vše v bio kvalitě, pšenice, ječmen, špalda. Dále pak pěstují ovoce a zeleninu (bio jablka, cibule, brambor, česnek, ředkvičky, hrozny, třešně, cukety). K prodeji nabízí nejen ovoce a zeleninu, ale také vakuované hovězí, vepřové, kůzlečí, jehněčí maso, bio husy a vajíčka. Vyrábí také víno v bio kvalitě. Všechny produkty je nutné si předem objednat, aktuální nabídka je vždy na stránkách farmy. Je zde možnost svozu do Brna, Kyjova, Hodonína, Veselí nad Moravou. Dříve o produkty v bio kvalitě nebyl zájem, nyní je téměř neustále vyprodáno.

Jedním z projektů, na který dostala společnost dotace, byla přestavba domku na ubytovnu a půjčovnu kol.

### **3.6.2 Obec Hrubá Vrbka**

Obec Hrubá Vrbka nalezneme v okrese Hodonín v Jihomoravském kraji. V mikroregionu Hornácko se řadí mezi nejstarší obce. První písemné zmínky jsou z roku 1360. Významnou osobností biskup je sv. Gorazd II., který byl umučen za podíl na skrývání parašutistů, kteří provedli atentát na R. Heydricha. Svatořečen byl 45 let po smrti, 4. - 6. září 1987 v Olomouci.

Obec má vyhlášenou památkově chráněnou zónu. Patří do ní lidové hospodářské stavby z 18. a 19. století. Ve středu Hrubé Vrbky je obecní úřad, pošta, kulturní dům, obchod a zvonice z konce 17. století. Na okraji obce je tak jako téměř v každé vesnici v České republice kostel, v tomto případě se jedná o toleranční kostel Českobratrské církve evangelické. Taky zde stojí pravoslavný monastýr k uctění památky sv. biskupa Gorazda.

Z folkloru stojí za povšimnutí místní kroj, který patří k nejstarobylejším na Moravě. Lidové umění vyniká v mezinárodním měřítku hornáckou výšivkou. Lidová hudba byla původně jednoduchá a právě zde došlo k obohacení pedálový cimbál. I zde se tančí typické lidové tance, z nichž nejznámější je verbuňk, který je zapsán na seznamu UNESCO.

V poslední době se v obci obnovují starobylé zvyky jako je fašank, vynášení Moreny, hody, stavění máje a další.

Hrubá Vrbka leží v Chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty, tato oblast byla zařazena mezi evropské biosférické rezervace UNESCO. Životní prostředí zde obohacují také Národní přírodní rezervace Čertoryje a Vojšické louky.

### **3.6.3 Atraktivita v okolí**

Při návštěvě Hornácké farmy, mají turisté možnost navštívit v okolí farmy větrný mlýn v Kuželově, naučnou stezku Javořinskou a Šumárnickou. V blízkosti je také Baťův kanál. Nejbližší koupaliště v Lipově. Krytý bazén, wellness a skiareál se nachází ve Filipově. Z rozhleden je tu rozhledna na vrchu Travičná. Z technických památek se vzdálenějším okruhu nachází letecké muzeum Kunovice. Muzeum se nachází i v Blatnici, která je vinařskou obcí a nachází se tu mnoho vinných sklepů a také Kopec sv. Antonínka s kaplí.

Ze známých památek tu není jen Baťův kanál, ale také zámek Milotice, zámek Strážnice, kde se nachází také skanzen. Dále pak zámek Buchlovice se zahradami a hrad Buchlov. Velmi známou akcí je Letní filmová škola v Uherském Hradišti nebo festival Týká se to také tebe.

### **3.6.4 Hodnocení firmy**

Dopravní dostupnost jsem analyzovala z města Hluk, kde bydlím. Tato farma je poměrně v blízkém okolí, což mi umožnilo využít cyklostezky. Náročnost trasy se dala zvládnout v pomalejším tempu, vzhledem k několika kopcům a ne vždy vhodném povrchu. Většina úseků cyklotrasy vede silnicemi III. třídy, proto bych tuto trasu nedoporučila rodinám s malými dětmi. Dostupnost autem také není zrovna pohodlná, neboť silnice jsou úzké a ve špatném technickém stavu. S využitím veřejné dopravy bych se na Horňáckou farmu dostala asi za 2 hodiny a to buď s využitím pouze autobusové dopravy, nebo v kombinaci s vlakem. V obou případech je nutné přesezení.

První dojem z Horňácké farmy splnil očekávání co do velikosti i kvality služeb. Ubytování i služby jsou zde na vysoké úrovni. Oblast je vhodná k poznávání historie, tradic, folkloru a pěší turistice. Cykloturistika je zde vhodná spíše pro zdatnější cyklisty, ovšem záleží i na zvolené trase.

## **4 Analýza vybraných firem na jižní Moravě**

### **4.1 SWOT analýza**

Při tvorbě SWOT analýzy se hodnotí možnosti firmy a situace na trhu. Silné stránky slabé stránky se zaměřují na prostředí firmy a její postavení. Příležitosti a hrozby naopak hledají možnosti rozvoje anebo ohrožení firmy na trhu.

#### **4.1.1 SWOT analýza firmy Blatova farma**

Silné stránky

- Unikátní fauna a flora jižní Moravy
- Bohatá historie Šardic
- Mnoho kulturních a folklorních akcí v obci a okolí
- Velké možnosti pěší i cykloturistiky na turisticky značených stezkách
- Obcí prochází Greenways - Moravské vinařské stezky
- Úspěšné čerpání dotací
- Možnost vaření i grilování
- Ubytování pro všechny věkové skupiny
- Znalosti majitele (doporučení výletů, historie okolí, památky, aj.)
- Možnost rybolovu
- Sběr hub a lesních plodů, bylin v blízkém okolí
- Prodej domácího vína, medu a ovoce
- Možnost samosběru ovoce (hrušní, meruněk)
- K vidění některé ze starých nástrojů a zemědělských strojů
- Možnost zkusit si při návštěvě práci ve vinohradě, sadu
- Vlastní sklep
- Ubytování s možností snídání
- Klidné prostředí obce
- Možnost relaxace ve vinohradech a sadech a pozorování přírody
- Ubytování v centru obce
- Blízkost velkých měst – Kyjov, Hodonín
- Veškeré práce zvládají svépomocí
- Dlouholetá praxe
- Levné ubytování

### Slabé stránky

- Není zde možnost bezbariérového přístupu (k domu vedou schody)
- Skromné zařízení ubytování - pro méně náročnou klientelu
- Omezené možnosti parkování osobních aut
- Není zde nabídka domácí stravy
- Nevyužití možností internetu - webových stránek
- Nízká návštěvnost mimo sezonu
- Úzká nabídka služeb
- Nedostatečné možnosti půjčení sportovních potřeb
- Možnost poškození vybavení v domě nevhodným chováním
- Závislost na ostatních podnikatelských subjektech (stravování)
- Chybějící nabídka přepravy pro hosty bez vlastního automobilu
- Vylidňování venkova
- Nevyužití vlny z ovčí
- Žádná informovanost o subjektu v informačních centrech
- Nedostatek finančních prostředků
- Malá konkurenceschopnost
- Téměř žádná marketingová propagace

### Příležitosti

- Obnova dříve chovaných druhů hospodářských zvířat (slepice, prasata)
- Rekonstrukcí zvýšení komfortu ubytování
- Nabídka neobvyklého ubytování (možnost spaní na slamníku)
- Nabídka pronájmu stanu, nejen místa na stání
- Vytvoření webových stránek (zvýšení povědomí o Blatově farmě)
- Výroba produktů nejen pro návštěvníky (z vlny, koziho mléka)
- Uspořádání různých akcí na požádání hostů (zabíjačka, svatba)
- Zvýšení povědomí o pobývání Řehoře Mendela v obci
- Vytvoření muzea těžby lignitu v obci nebo vzdělávacího programu
- Rozšíření nabídky služeb pro hosty
- Využití dotačních programů
- Růst zájmu o zdravý životní styl
- Oslovení zahraniční klientely

## Hrozby

- Velké srážky (rozvodňuje se potok v blízkosti domu)
- Ztráta atraktivnosti agroturistiky
- V Šardicích je mnoho podobných subjektů
- Růst konkurence z jiných regionů
- Špatná dopravní dostupnost hromadnou dopravou
- Znečišťování životního prostředí
- Vysoká zahraniční konkurence
- Nedostatečná podpora ze strany státu
- Nedostatek finančních prostředků
- Vzrůst zájmu o lokality v horských a podhorských oblastech

Tab. 4.1 SWOT analýza Blatova farma

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"><li>• Unikátní fauna a flora jižní Moravy</li><li>• Mnoho kulturních a folklorních akcí</li><li>• Velké možnosti pěší a cykloturistiky na turisticky značených stezkách</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Není zde možnost bezbariérového přístupu</li><li>• Nízká návštěvnost mimo sezonu</li><li>• Úzká nabídka služeb</li></ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"><li>• Rozšíření nabídky o neobvyklé ubytování (možnost spaní na slamníku)</li><li>• Rozšíření nabídky služeb pro hosty</li><li>• Růst zájmu o zdravý životní styl</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• V Šardicích mnoho podobných subjektů - hrozí zánik při malé návštěvnosti obce</li><li>• Nedostatečná podpora ze strany státu</li><li>• Vzrůst zájmu o lokality v horských a podhorských oblastech</li></ul>

Zdroj: vlastní zpracování

## Zhodnocení SWOT analýzy firmy Blatova farma

Posílit silné stránky je možno například koupí cyklomap a turistických map, které můžeme půjčovat nebo prodávat návštěvníkům. Také můžeme návštěvníkům doporučit místa, kde rostou hříby, lesní ovoce, odkud je pěkná vyhlídka či které místa v okolí stojí za návštěvu. Rybáře zase můžeme zaujmout případnou pomocí při vyřízení povolenky.

Vhodné je vytvoření kalendáře akcí v obci i v jejím okolí, aby je bylo možno doporučit a zároveň upoutat zákazníka na akce další.

Dosah velkých měst Kyjov a Hodonín je potenciálem k získání zákazníků, proto je potřeba vytvořit propagační materiály a umístit je do informačních center v Kyjově, Hodoníně i okolí. V případě pořádání tematicky zaměřených akcí bych volila formu letáku, umístěnou do informačních center i na stránky měst. Také bych navrhovala vytvořit, alespoň jednoduchou webovou stránku se základními informacemi, fotografiemi farmy a akcemi konanými v obci a okolí.

Okolí velkých měst jsou dobře dostupné. Turista tak může dojet do města vlakem nebo autobusem a odtud se vydat na kole. Pro tyto případy je vhodné rozšířit nabídku například o odvoz zavazadel či zákazníků z Kyjova či Hodonína až k Blatově farmě.

Návštěvnost mimo hlavní sezonu bych zvýšila pořádáním tematicky zaměřených akcí jako je například zabijačka. Také bych rozšířila nabídku o možnost spaní pod hvězdami nebo na slamníku, což budou vyhledávat spíše mladí lidé toužící po dobrodružství.

Ve spolupráci s obcí i dalšími podnikatelskými subjekty by bylo možné rozšířit nabídku o konání svateb v obci a využít tak prostor obce.

Na rekonstrukci ubytovacích kapacit by bylo vhodné využít některého z dotačních programů a zároveň při rekonstrukci upravit ubytování na bezbariérové.

Také bych navázala spolupráci se zahraničními informačními centry, kde bych umístila na jejich webové stránky propagační materiál farmy. Největším potenciálem je jejich umístění do Rakouska a Slovenska neboť, jsou blízko. Některé obce a města mají programy zahraniční spolupráce, proto by bylo vhodné zjistit si, zda je nějaká obec či město v okolí je v programu partnerských měst zainteresováno a nabídnout své propagační materiály do informačních center v těchto partnerských městech.

Ze strany státu je nutná i nadále podpora ve formě dotačních programů a bylo by vhodné průzkumy zjišťovat, o které programy by byl zájem.



#### 4.1.2 SWOT analýza firmy Horňácká farma

##### Silné stránky

- Umístění v CHKO Bílé Karpaty
- Veškeré produkty mají označení bio
- Držitelé značky Tradice Bílých Karpat
- Dobré jméno firmy v okolí
- Vzdělanost zaměstnanců - komunikace v angličtině, němčině
- Internetová prezentace pomocí webových stránek
- Mnoho doprovodných programů
- Široká nabídka výrobků a služeb
- Atraktivní lokalita s nízkou ekologickou zátěží, životním prostředím
- Levné a kvalitní ubytování
- Bezbariérový přístup
- Umístění v blízkosti autobusové zastávky
- Půjčovna kol
- Vzdělávací programy
- Oblast s udržovanými tradicemi a folklorem
- Aktivní zapojení do Evropského programu ekofare
- Hustá síť cyklostezek a značených stezek pro pěší turistiku
- Zaměření na pastevectví – tradiční i méně tradiční zvířata
- Pěstování krmení pro zvířata
- Vysoký zájem o produkty farmy
- Úspěšné čerpání dotací
- Zapojení do vzdělávacích projektů
- Růst zájmu o hippoturistiku

##### Slabé stránky

- Nedostatek času během sezony
- Návštěvy bez ubytování
- Nízká návštěvnost mimo sezonu
- Nesourodé informace (dvě jednatele)
- Špatná dopravní dostupnost pomocí hromadné dopravy
- Nedostatek finančních prostředků na rozvoj

- Slabá informovanost v informačních centrech o Horňácké farmě
- Malá marketingová propagace

#### Příležitosti

- Rostoucí zájem o ekologii
- Zvýšení zájmu o zdravý životní styl
- Okolí bohaté na přírodu a historii
- Rostoucí zájem o levné ubytování a dovolené
- Zapojení do dalších programů
- Vytvoření dalších aktivit pro hosty
- Zapojení do dotačních programů
- Využití značky Tradice Bílých Karpat ke zviditelnění
- Pořádání tematicky zaměřených akcí
- Vytvoření komplexní nabídky a prezentovat ji pomocí některé cestovní kanceláře nebo cestovní agentury

#### Hrozby

- Nedostatečná podpora od státu
- Změna globální situace
- Konkurence hotelů a jiných ubytovacích kapacit
- Zrušení dotačních projektů
- Rostoucí počet chat a chalup v okolí
- Rozpor mezi ochranou přírody a využíváním pro rekreaci
- Podcenění propagace
- Konkurence ze zahraničí
- Zneužití jména Horňácké farmy jinými subjekty v okolí
- Zaměření se pouze na produkty a ne agroturistiku
- Pokles zájmu o biopotraviny
- Znečištění životního prostředí
- Vzrůst zájmu o agroturistiku v horských a podhorských oblastech

Tab. 4.2 SWOT analýza Horňácká farma

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vzdělanost zaměstnanců - komunikace v angličtině, němčině</li> <li>• Mnoho doprovodných programů</li> <li>• Široká nabídka výrobků a služeb</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatek času během sezony</li> <li>• Návštěvy bez ubytování</li> <li>• Nízká návštěvnost mimo sezonu</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zvýšení zájmu o zdravý životní styl</li> <li>• Využití značky Tradice Bílých Karpat ke zviditelnění</li> <li>• Pořádání tematicky zaměřených akcí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zrušení dotačních projektů</li> <li>• Pokles zájmu o biopotraviny</li> <li>• Konkurence ze zahraničí</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování

### **Zhodnocení SWOT analýzy firmy Horňácká farma**

Velkou výhodou Horňácké farmy je možnost komunikace v němčině a angličtině, vzrůstá tak potenciál oslovení zahraniční klientely, především z Rakouska a Slovenska, které jsou blízko.

Horňácká farma má také mnoho doprovodných programů nezávislých na agroturistice jako jsou exkurze nejen pro školy, prodej vypěstované zeleniny a ovoce, masa, vajíček. Tyto skutečnosti ovlivňují finanční stabilitu firmy, neboť jsou dalšími zdroji příjmů.

Díky bezbariérovému přístupu je možné pořádat akce pro lidi s handicapem, což přímo vybízí k rozšíření nabídky o terapie s využitím koní nebo dalších zvířat.

V oblasti jižní Moravy, protkané relativně hustou sítí cyklostezek je konkurenční výhodou také půjčovna kol. Posílení této výhody vidím v nákupu cyklomap a turistických map, které si mohou návštěvníci půjčit nebo koupit.

Zapojením do Evropského programu pro ekofarmy vzrůstá konkurenceschopnost, kterou je možno umocnit propagačními materiály v tištěné i webové verzi, tyto materiály bych také umístnila do okolních informačních center a na stránky obce.

Na eliminaci návštěv bez ubytování bych navrhovala pořádání tematicky zaměřených akcí. Jako je původní výroba kváskového chleba, pletení košíků nebo výroba keramiky. Tyto akce by se dalo využít také mimo sezonu jako například pečení původního vánočního cukroví.

Jelikož roste zájem o zdravý životní styl, uspořádala bych víkendové a případně týdenní pobyty s přednáškami o vlastních výrobcích, jejich výrobě ve spojení se cvičením jógy nebo jiné pohybové aktivity. Tento produkt by mohl být po dohodě zařazen do nabídky CK, CA a informačního centra.

Vhodná by byla také apelace na obec, případně kraj na zlepšení stavu komunikací, buď opravou poškozených míst, nebo vytvořením celé nové komunikace.

## 4.2 Dotazníkové šetření

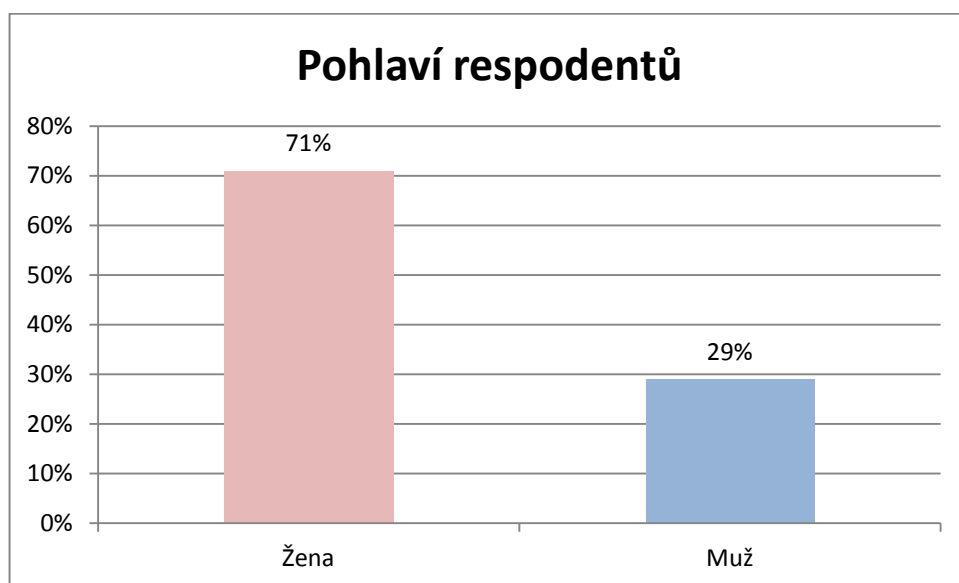
Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, zda lidé znají pojem agroturistika. Dále pak aspekty, které je na tomto druhu turistiky lákají a naopak odrazují, co by si na farmě vyzkoušeli a které z akcí by je motivovali k návštěvě.

Dotazníkové šetření probíhalo přes internet prostřednictvím internetového serveru vyplnto.cz a oslovením lidí v termínu od 8. 4. 2013 do 16. 4. 2013. Dotazník obsahoval celkem 12 otázek, všechny otázky byly uzavřené s výběrem jedné nebo více možností, u některých otázek bylo možné doplnit své stanovisko. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 79 respondentů. Z toho 64 respondentů se zúčastnilo přes internet a 15 respondentů jsem oslovila osobně.

### Vyhodnocení dotazníkového šetření

Otázka č. 1 Jaké je Vaše pohlaví?

Graf 4.1 Rozdělení respondentů podle pohlaví

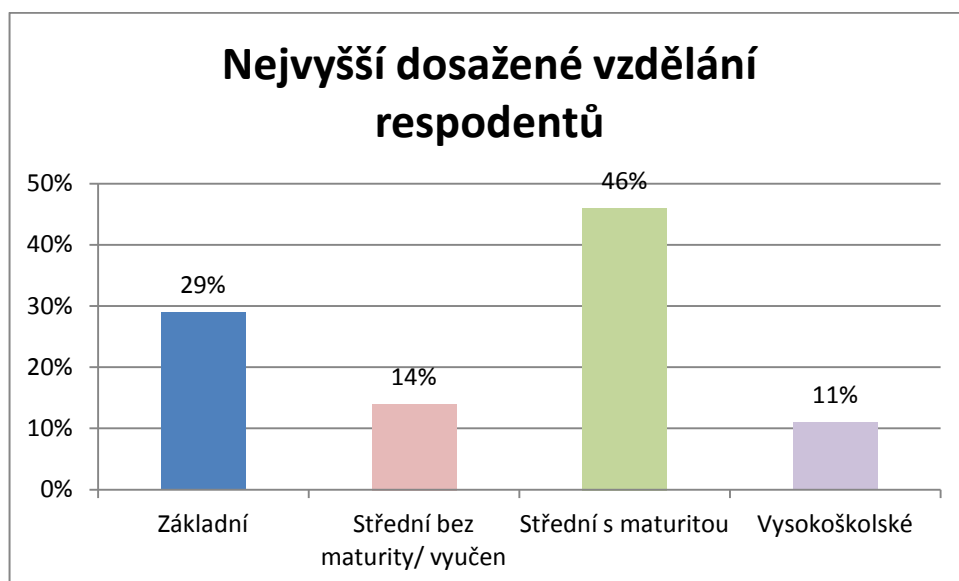


Zdroj: vlastní zpracování

Tuto otázku by nebylo nutné hodnotit, ale neodpustím si svůj postřeh. Ženy jsou od přírody zvědavější a tak dotazník nezavřeli hned na začátku.

Otázka č. 2 Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Graf 4.2 Rozdělení respondentů podle nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů

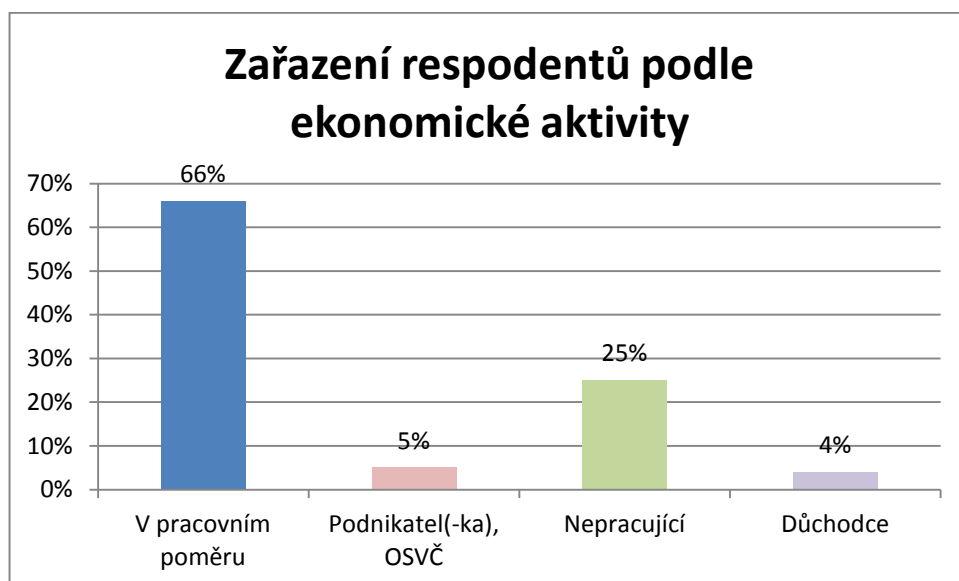


Zdroj: vlastní zpracování

V některých publikacích je zmiňováno, že blíže k ekologicky šetrným formám cestovního ruchu mají lidé s vyšším vzděláním, což tento dotazník částečně potvrzuje. Častý výskyt základního vzdělání je podle mě výsledkem většího počtu respondentů z řad lidí studujících střední školu, neboť jsem dotazník šířila mimo jiné i prostřednictvím sociálních sítí, které využívají v mém okolí zejména mladší lidé. Na jednu stranu mne tato skutečnost přinutila k výzkumu v terénu, opačnou stranou mince je v tomto případě zjištění co preferují mladí lidé, kteří jsou a budou hlavně v budoucnu hlavním segmentem, na který by se měli firmy zaměřit.

Otázka č. 3 Do jaké skupiny byste se zařadil(a) z hlediska ekonomické aktivity?

Graf 4.3 Rozdělení respondentů podle ekonomické aktivity



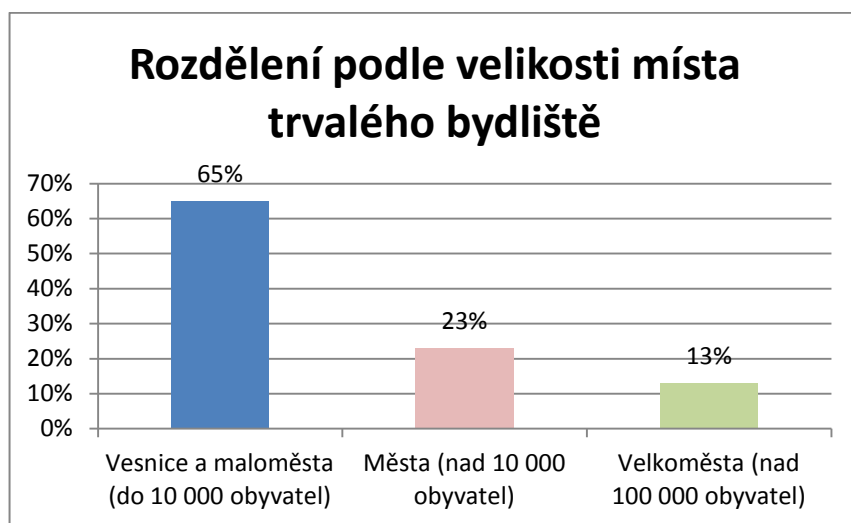
Zdroj: vlastní zpracování

Tato otázka měla analyzovat, zda má na agroturistiku vliv ekonomické aktivity, tj. zda lidé s trvalým příjmem mají vyšší zájem o agroturistiku než lidé s příjmem žádným nebo zanedbatelným. Dle mého názoru ovlivňují volbu dovolené příjmy daného člověka do velké míry, neboť lidé vyššími příjmy mají tendence volit dražší dovolené a utrácet na nich více peněz a tak se jim může zdát agroturistika v našich podmínkách příliš obyčejná. Zaujmout náročnější klientelu by však mohla ekologicky šetrná turistika například v Africe. Cestování se také řadí mezi statky méně potřebné, takže je jednou z prvních věcí, které si člověk odepře, při sníženém nebo omezeném příjmu.

Zvláštní skupinou jsou lidé v důchodu. Mají hodně volného času, ale v našich podmínkách nepříliš mnoho finančních prostředků. Agroturistika by se v tomto případě mohla zdát vhodná a segment seniorů by mohl být segmentem, na který by se farmy zaměřili po rodinách s dětmi. Pokud podnikatelské subjekty zvolí zaměření na tento segment, musí cílit nabídku spíše do měst, neboť na vesnicích a v maloměstech není dle mého názoru o tento druh cestovního ruchu zájem.

Otázka č. 4 Jaká je velikost obce, kde trvale žijete?

Graf 4.4 Rozdělení respondentů podle velikosti místa trvalého bydliště



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem této otázky bylo zjistit, zda ovlivňuje agroturistiku, velikost místa bydliště. V literaturách je totiž agroturistika zmiňována jako druh cestovního ruchu, který se orientuje zejména na lidi z měst a velkoměst, především z důvodu odpočinku od hluku a znečištěného životního prostředí. Vzhledem ke skutečnosti, že je 54 respondentů z vesnic a malých měst jsou ovlivněny výsledky průzkumu. Především v tom smyslu, že lidé z vesnic a malých měst nemají zájem o agroturistiku nebo není tak velký jako v případě lidí žijících trvale ve městech.

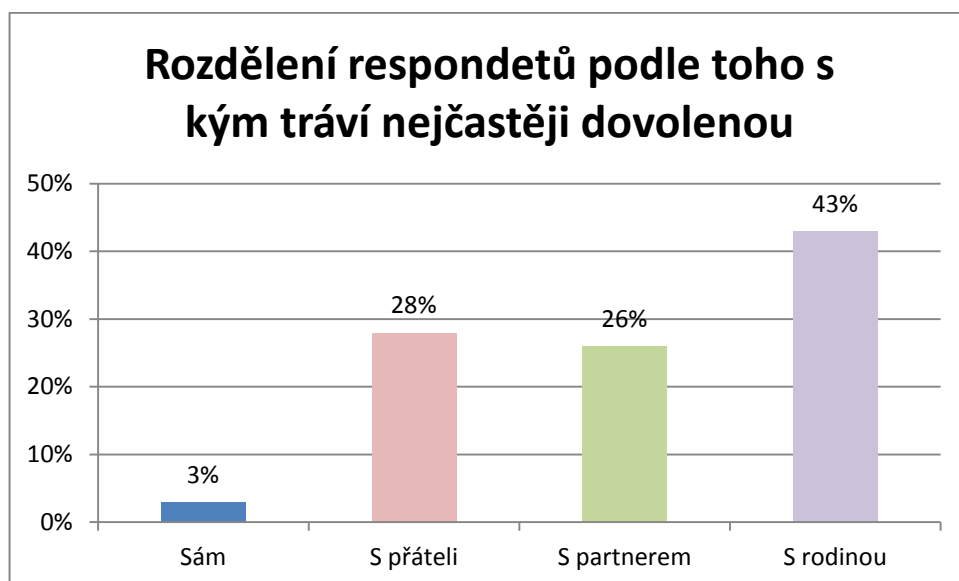
Lidé trvale žijící na vesnicích a maloměstech často také mají vlastní zahrádku, kde mohou odpočívat. V současné době se vrací trend pěstovat si vlastní ovoce a zeleninu doma na zahrádce. Proto mají lidé z vesnic menší motivaci k účasti na tomto druhu cestovního ruchu, z velké části totiž práce prováděné na farmách znají. Jediným stimulem pro obyvatele menších měst by mohla být akce konaná na farmě nebo prodej například masa či výpěstků, které doma nemají.

Pro lidi měst či velkoměst může být odrazující obava o snížený komfort, špatnou dopravní dostupnost. Dalším z důvodů může být samotný pobyt na vesnici, neboť na vesnicích není infrastruktura vyvinuta tak jako ve velkých městech. Někdo může oponovat, že to je cílem agroturistiky ovšem může to být i překážkou pro lidi, kteří jsou zvyklí, že mohou prakticky kdykoli cokoli.



Otázka č. 5 S kým nejčastěji trávíte dovolenou? (zvolte alespoň jednu možnost)

Graf 4.5 Rozdělení respondentů podle toho s kým tráví nejčastěji dovolenou



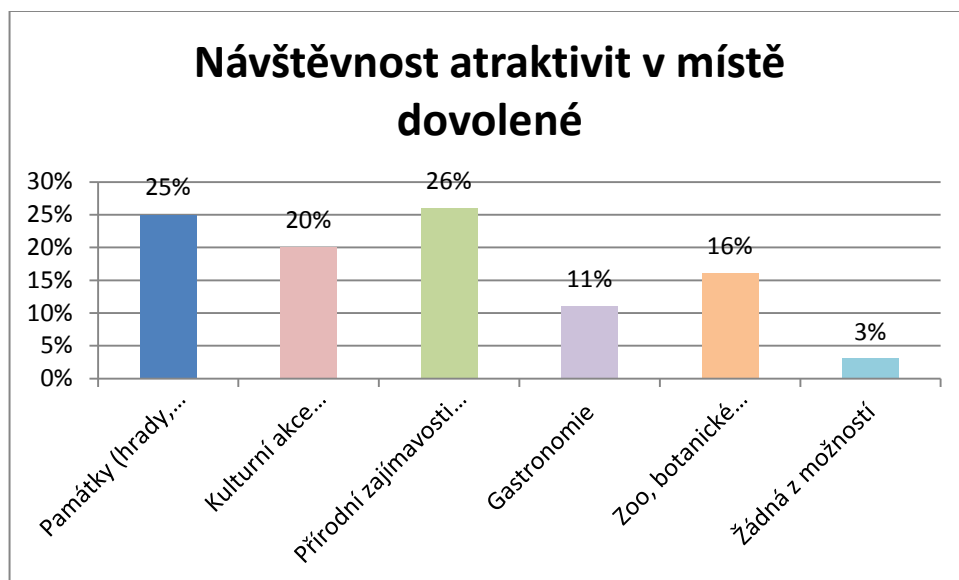
Zdroj: vlastní zpracování

Tato otázka měla sdělit, na který tržní segment by se měla agroturistika orientovat. Jiné požadavky mají rodiny s dětmi a jiné skupiny přátel nebo páry. Pro rodiny s dětmi bych doporučila vhodné zázemí v bezprostředním okolí farmy, naopak skupiny přátel by mohla zaujmout nabídka spaní v seně nebo na loukách. V případě, že člověk cestuje sám, měla by si farma dát za úkol jej dostatečně zapojit do prací nebo jej informovat o možnostech v okolí.

Pro rodiny s dětmi je také nutností blízká možnost lékařské péče neboť děti, zvláště malé, mají neustále nějaké úrazy, navíc na farmách se toto riziko ještě zvyšuje. Naopak stimulem pro absolvování rodinné dovolené s tímto zaměřením je možnost ukázat dětem chod farmy, domácí i hospodářská zvířata, které děti z měst nemají možnost vidět živé nebo je vůbec neznají. Dle mého názoru zvířátka ocení i děti z vesnic, neboť už ani na vesnicích není běžné chovat hospodářská zvířata, tak jak tomu bylo v minulosti.

Otázka č. 6 Které z památek a zajímavostí navštěvujete v místě Vaší dovolené? (zvolte alespoň jednu možnost)

Graf 4.6 Rozdělení respondentů podle návštěv atraktivit v místě dovolené



Zdroj: vlastní zpracování

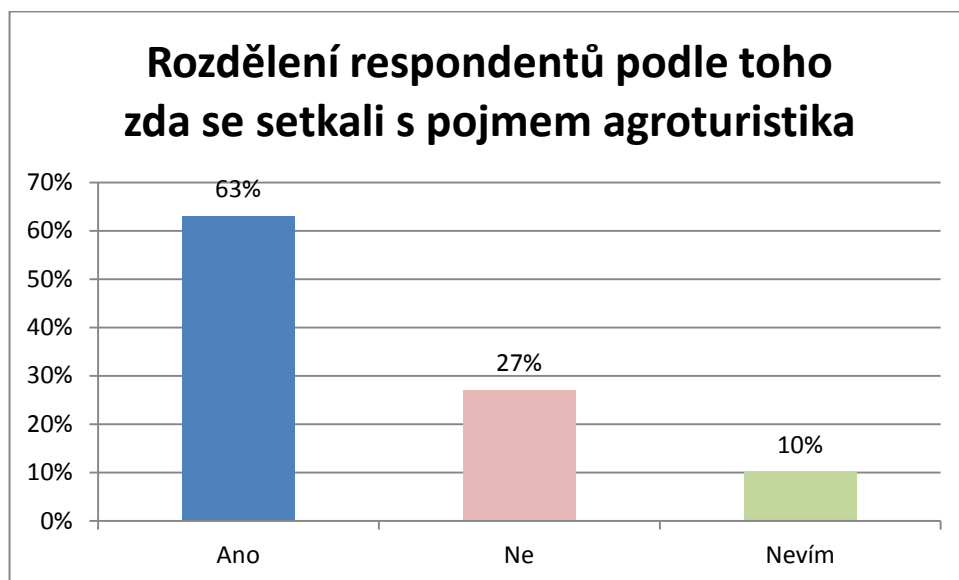
Tato otázka segmentuje trh podle preferencí zákazníka. Z odpovědí vyplývá, že lidé v místech, kde tráví dovolenou, nejčastěji navštěvují přírodní zajímavosti. Tento fakt umožňuje zaměřit se propagaci a zviditelnění prostřednictvím umístění v přírodně zajímavé lokalitě jako jižní Morava bezesporu je. Druhou nejčastější odpovědí byli návštěvy památek, na což je jižní Morava také velmi bohatá. Z prvních dvou odpovědí vyplývá, že marketingové strategie by se měli soustředit na přírodní zajímavosti a památky, kterých je na jižní Moravě dostatek. Také lze vyvodit, že oblast jižní Moravy je pro cestovní ruch i agroturistiku vhodným místem.

Na dalších místech se umístili kulturní akce, z čehož vyplývá, že účastníci při návštěvě místa pobytu hledají spíše přírodní zajímavosti a památky. Důvodem může být větší propagace než v případě folklorních a podobných akcí. Tyto akce, pokud nejsou velmi známé, nemají téměř žádnou nebo vůbec žádnou propagaci. O něco lépe s propagací jsou na tom zoologické a botanické zahrady a parky.

Nejméně se lidé zajímají o gastronomii v místě pobytu, případně tráví dovolenou pasivně. V případě gastronomie by bylo vhodné zviditelnění projektu Stezky dědictví, což by možná zvýšilo nejen agroturistiku, ale zájem o celý region Jižní Morava.

Otázka č. 7 Setkali jste se s pojmem agroturistika? (Agroturistika je trávení volného času v typických venkovských podmínkách. Návštěva vinařských sklípků spojená s prohlídkou vinic, výroby vína a konzumací alkoholu lze také považovat za agroturistiku)

Graf 4.7 Rozdělení respondentů podle toho zda se setkali s pojmem agroturistika



Zdroj: vlastní zpracování

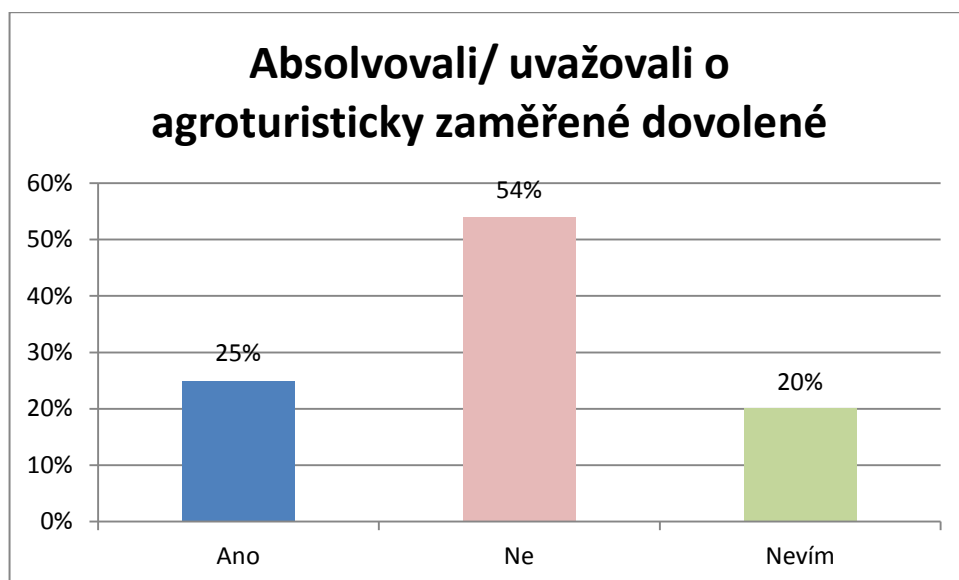
Z otázky vyplývá, že mnoho lidí pojem zná nebo jej někde slyšeli. Tento fakt potvrzuje skutečnost, že vzrůstá zájem o ochranu životního prostředí a zdravý životní styl.

V médiích, především v televizním vysílání, je možné vidět dokumenty se zaměřením na ekologicky šetrné formy cestovního ruchu i agroturistiku. V portfoliu České televize od roku 2010 běží projekt Malá farma, který pojednává mimo jiné také o agroturistice. O tomto pořadu jsem se dozvěděla z televizního vysílání.

Dle mého názoru vzrůstá zájem o agroturistiku i díky osvětě nejen o nutnosti chránit přírodu, ale také se starat o své zdraví. Informovanost roste i díky neustálému rozšiřování cyklostezek a cyklotras. Cyklisté hledají většinou ubytování levné a šetrné k přírodě.

Otázka č. 8 Zúčastnil jste se někdy dovolené se zaměřením na agroturistiku? Uvažovali jste někdy o této možnosti?

Graf 4.8 Rozdělení respondentů podle toho zda absolvovali/ uvažovali o agroturisticky zaměřené dovolené



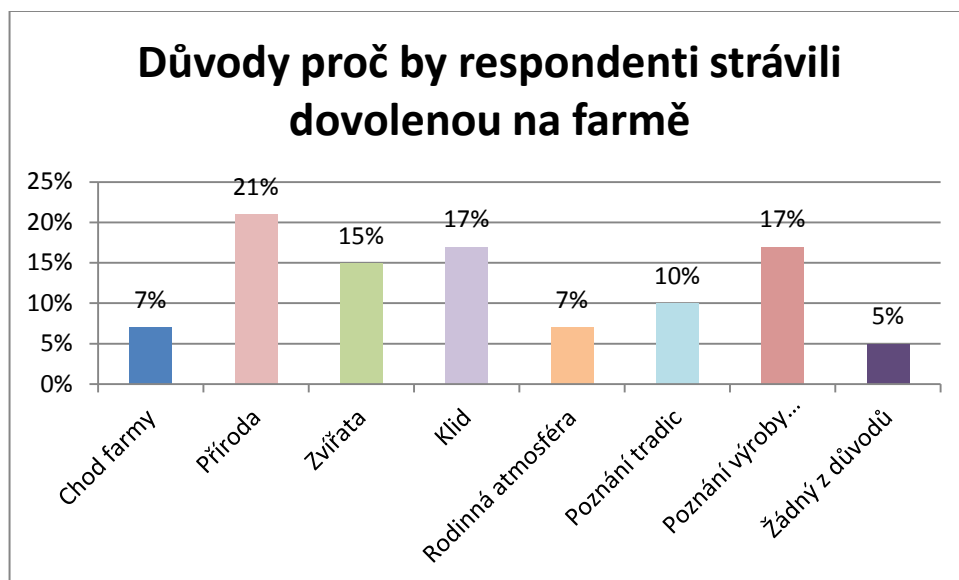
Zdroj: vlastní zpracování

Z odpovědí na tuto otázku vyplývá, že lidé z malých měst a vesnic nemají zájem nebo se nikdy neúčastnili dovolené se zaměřením na agroturistiku. Pouze čtvrtina respondentů někdy absolvovala nebo zvažovala možnost dovolené se zaměřením na agroturistiku. Nikdy o této variantě neuvažovalo 20 % respondentů.

Podle mého názoru nárůst zájmu o takto orientovanou dovolenou bude v České republice až za několik let, protože není dostatečně propagována. Dalším faktem je, že na sebe tyto podnikatelské subjekty nesnaží upoutat pozornost nebo navázat spolupráci s některou ze specializovaných cestovních kanceláří, neboť se starají o svůj hlavní podnikatelský cíl zemědělství a agroturistiku mají jako vedlejší zdroj příjmů. Lokalita jižní Moravy je natolik rozmanitá, že při dostatečné propagaci nejen v tuzemsku, ale i v zahraničí by se mohla stát agroturistika hlavním zdrojem příjmů a zemědělství by mohlo být dalším zdrojem příjmů avšak ne hlavním.

Otázka č. 9 Vyberte důvody, proč byste chtěli trávit dovolenou na agrofarmě: (zvolte alespoň jednu možnost)

Graf 4.9 Důvody proč by respondenti strávili dovolenou na farmě



Zdroj: vlastní zpracování

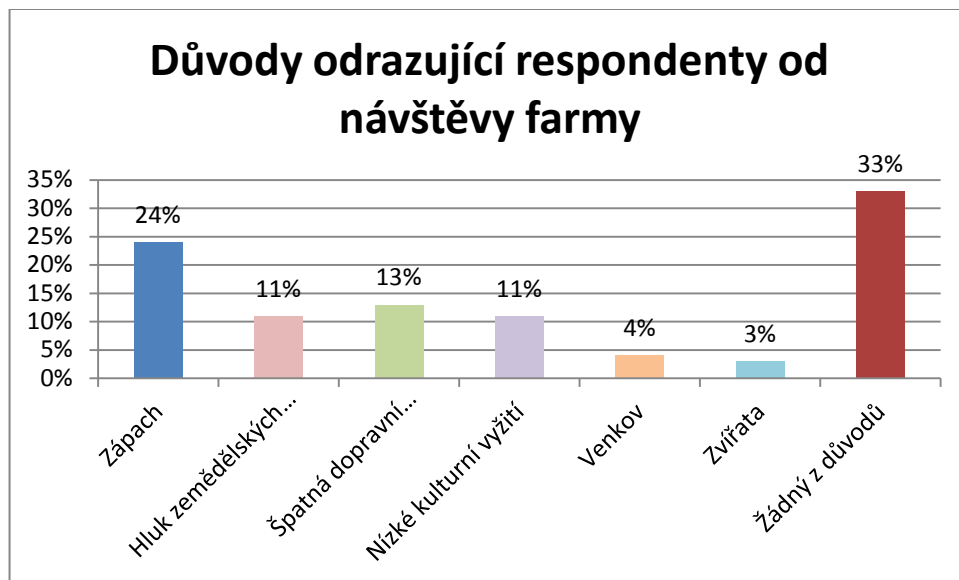
Tato otázka měla zmapovat, co by turisty na farmu lákalo. Nejvíce respondentů, by trávilo dovolenou na farmě, především z důvodu zachované přírody, pro což má jižní Morava velmi vhodné podmínky. Další dvě nejčastější odpovědi se týkali klidu a poznání výroby produktů farmy. Z těchto odpovědí vyplývá, že vzrůstá zájem o výrobky vyrobené tradičními způsoby v klidném prostředí, kde může účastník tohoto druhu cestovního ruchu relaxovat, bez rušivých elementů.

Mezi důvody proč navštívit farmu byl chov domácích a zemědělských zvířat. Tato volba se umístila v první polovině, což svědčí o zájmu o zvířata. Dle mého názoru by se nejvíce jednalo o koně. Turistika spojená s využitím koní tzv. hippoturistika je v současnosti jedním z rychle se rozvíjejících sektorů cestovního ruchu nejen na jižní Moravě, a to především z důvodu nárůstu segmentu turistů s vyššími příjmy.

Vzhledem ke skutečnosti, že mnoho lidí je z vesnic či malých měst nepřekvapilo mne umístění odpovědi poznání tradic až ve druhé polovině, neboť na vesnicích je hodně tradic udržováno a liší se ve většině případů jen v maličkostech. Málo časté odpovědi byly také chod farmy, rodinná atmosféra anebo žádný z výše uvedených důvodů.

Otázka č. 10 Které z důvodů Vás odrazují od návštěvy agrofarmy: (zvolte alespoň jednu možnost)

Graf 4.10 Důvody odrazující respondenty od návštěvy farmy



Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastější odpovědí odrazující turisty od agroturistiky byl žádný z důvodů, z čehož vyplývá, že respondenti, kteří nikdy neuvažovali nad agroturistikou, možná zjistili, že je tento druh turistiky zaujal a nebránili by se mu.

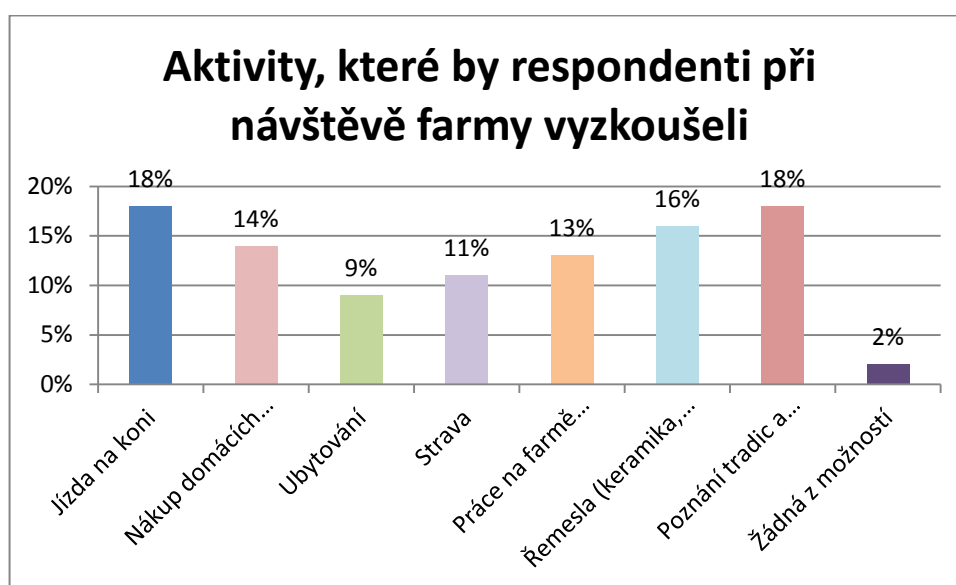
Druhou nejčastější překážkou pro návštěvu farmy byl pro respondenty zápach. Dále pak špatná dopravní dostupnost, díky které je možná zachována specifičnost venkova. Na druhou stranu pokud turista chce, může využít osobního automobilu, který většinou nemá problém dopravit turisty až k cíli. Výjimkou jsou omezení například z hlediska CHKO, NP či jinak chráněných oblastí. Dopravní dostupnost z opačného úhlu pohledu působí také na místní obyvatelstvo.

Nízké kulturní vyžití a hluk zemědělských stojů určilo jako důvod odrazující od návštěvy 11 % respondentů. V případě těchto odpovědí je dle mého názoru vidět právě neinformovanost, co vše ekologicky šetrné formy cestovního ruchu nabízí. Mnozí lidé vidí jen řídce obydlené vesnice bez kultury, přitom naopak právě v těchto lokalitách se zachovávají nejpůvodnější tradice a folklor. Hluk zemědělských stojů lidé vnímají jako negativum jen do té doby než zjistí, že si mohou stoje prohlédnout z blízka a někdy i vyzkoušet řídit, samozřejmě pod dohledem.

Nejméně odrazuj respondenty od návštěvy farmy venkov a zvířata, což potvrzuje předchozí otázku, kde byla největším motivem k návštěvě farmy právě příroda, která je na vesnicích a jejich okolí mnohem více zachována než například ve městech a příměstských oblastech.

Otázka č. 11 Které z aktivit byste vyzkoušeli na případě návštěvy agrofarmy: (zvolte alespoň jednu možnost)

Graf 4.11 Aktivity, které by respondenti při návštěvě farmy vyzkoušeli



Zdroj: vlastní zpracování

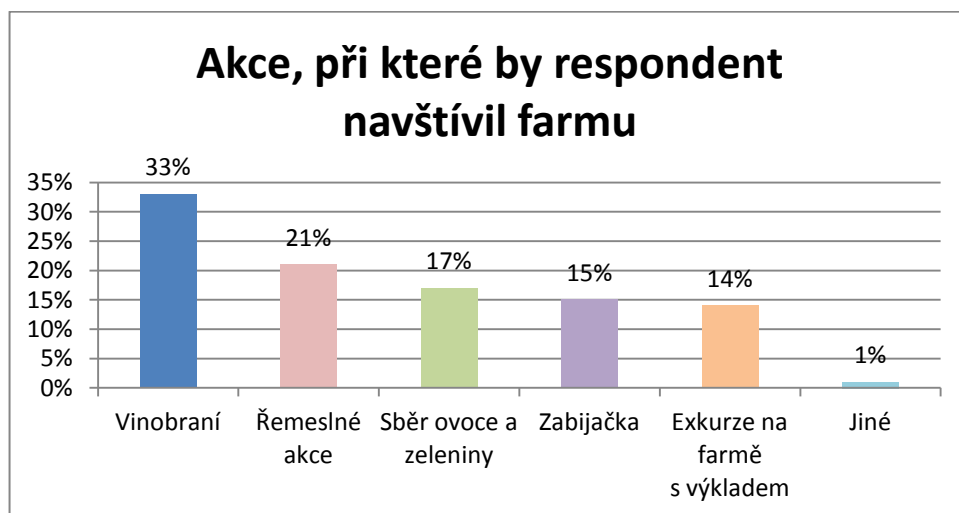
Tato otázka měla nejvíc odpovědí, což značí, že by si lidé vybrali při návštěvě více než jednu věc, kterou by vyzkoušeli. Nejčastěji se jednalo o jízdu na koni a poznávání tradic a okolí. Jak již bylo zmíněno v předchozím textu, narůstá segment lidí, kteří mají finanční prostředky a jsou ochotni je utratit za tzv. hippoturistiku. Poznání tradic je motivací hlavně v případě, když jsou tyto tradice komerčně zviditelňovány, což je například každoroční Jízda králů ve Vlčnově.

Zájem by byl také o původní řemesla a nákup domácích produktů farmy. Z těchto odpovědí vyplývá, že nejlépe by bylo pro podnikatelské subjekty organizovat například víkendové pobyty s možností vyzkoušet si určitý druh řemesla zaměřený na výrobu domácích produktů, které by měli účastníci jako upomínkový předmět a zároveň jako motivaci pro další návštěvu.

Práci na farmě, stravu a ubytování by využilo už méně respondentů, což je ovšem u agroturistiky důležité. Proto by bylo vhodné zaměřit se na víkendové pobyty s určenou tematikou, jako například víkend s možností poznat výrobu keramiky, košíků či pekařství. Jen 4 respondenti by si na farmě nezvolili žádnou z činností, což značí, že buď by farmu nikdy navštívit nechtěli, nebo zde nebyla na výběr.

Otázka č. 12 Vyberte akci, při které byste navštívili farmu: (zvolte alespoň jednu možnost)

Graf 4.12 Akce, při které by respondent navštívil farmu



Zdroj: vlastní zpracování

Poslední otázka se zaměřila, zda by byli turisté ochotni zúčastnit se některé z tematických akcí, případně o jaké by se jednalo. Nejvíce respondentů by farmu navštívilo při vinobraní. Tyto akce jsou také ve vinařských oblastech hodně navštěvované, mezi další akce spojené právě s vínem jsou dny otevřených sklepů či degustace. Projektem zaměřeným na podporu vinařství na jižní Moravě jsou Moravské vinařské stezky. Je nutné upozornit, že v podmínkách České republiky je zakázáno pohybovat se na kole pod vlivem návykových látek, což právě mohou využít majitelé sklepů jako dodatečný příjem a cyklisty ubytovat.



Dále by se lidé přijeli podívat na řemeslně zaměřené akce. Sběr ovoce by volilo 17 % respondentů, což možná ovlivňuje přítomnost velkých obchodů a farmářských trhů, kde lze biopotraviny již bez problémů a námahy koupit. Možnost strávit čas na farmě při příležitosti zabijačky by volilo 15 % respondentů. Zájem by byl také o exkurzy s výkladem, což už některé farmy mají v nabídce. Tato otázka měla také možnost napsat jinou akci, které by se respondent zúčastnil, této možnosti využil pouze jediný respondent, který by preferoval návštěvu při příležitosti akce zaměřené na koně.

## 5 Doporučení a závěr

Cílem mé práce bylo analyzovat vybrané firmy podnikající v agroturistice na jižní Moravě. Po vysvětlení obecné tematiky cestovního ruchu (kdo je subjekt, objekt a okolí systému cestovního ruchu, rozřídění cestovního ruchu podle typologie), jsem se věnovala ekologicky šetrnému cestovnímu ruchu a všemu co se k němu váže. Poslední část teorie věnuji specifikaci co je agroturistika, subjektům na poli agroturistiky, doprovodným programům, kladům a záporům agroturistiky.

V praktické části se zabývám konkrétně jižní Moravou, jejím rozdělením, přírodou, památkami a konkurencí v lokalitě. Analyzuji dva vybrané podnikatelské subjekty ve vybraných oblastech – obecné informace, historie a vize do budoucna, poskytované služby, chov a zemědělské aktivity, obec a jejich okolí, subjektivní hodnocení firem. V poslední části práce, se zaměřuji na SWOT analýza obou firem a dotazníkové šetření.

Ze SWOT analýz lze vyvodit, že obecným ohrožením v oblasti agroturistiky je pro firmy konkurence, jak v jejich okolí, tak v zahraničí. Ohrozit je také může pokles zájmu o agroturistiku, což při současném vývoji je dle mého názoru málo pravděpodobné. Naopak vyšším rizikem by mohl být, v rámci jižní Moravy, nárůst zájmu o agroturistiku v horských a podhorských oblastech. Mezi slabé stránky se obecně řadí malá marketingová propagace, nízká návštěvnost mimo sezonu, návštěvy bez ubytování a špatná podpora ze strany státu.

Řešením by mohlo být využití propagačních materiálů umístěných v informačních centrech u nás i v zahraničí, a na stránky obcí. V případě konané tematicky zaměřené akce bych propagaci doplnila o leták. V propagačním materiálu určitě nesmí chybět upozornění na silné stránky jižní Moravy, jako jsou přírodní atraktivita a památky. Také z dotazníkového šetření vyplývá, že lidé v místě pobytu mají nejvíce zájem a navštěvují právě klidné oblasti v přírodě a památky. Zároveň by v materiálu neměl chybět seznam akcí konaných v lokalitě, kde se farma nachází. Vhodné by bylo zmínit cyklostezky a doplnit svou nabídku o cyklomapy a turistické mapy. Tyto mapy by mohli mít zákazníci k zapůjčení nebo ke koupi.

Dalším návrhem je spojení více subjektů dohromady a vytvoření komplexní nabídky, která by i prodloužila pobyty a zvýšila návštěvnost mimo sezonu. Komplexnost by se pak projevila formou balíčků, kdy by ubytování a část služeb byla zajištěna na farmě a část mimo ni. Například ubytování a snídaně na farmě a spolupráce s restauračním zařízením v okolí, místním řemeslníkem, muzeem, majitelem koní nebo vinařem. Návštěvníci by tak měli možnost poznat chod farmy, zvířata, ale také by měli zajištěny například exkurze řemesla, výhodnější vstupné do místního muzea nebo možnost projížďky na koních pokud je farmář přímo nevlastní.

Z analýz i dotazníkové šetření vyplývá, že povědomí o tomto druhu turistiky pomalu vzrůstá, především díky zájmu o životní prostředí a zdravý životní styl. Jedním z faktorů ovlivňujících znalost a účast na agroturistice je také její cena a dostupnost, především v současné době, kdy lidé středních a nižších vrstev neví, co se bude dít v budoucnu a tak šetří a využívají právě turistiky v tuzemsku a hledají levnější alternativy. Na druhou stranu stoupá počet lidí ochotných zaplatit si za tzv. hippoturistiku. Zároveň roste zájem o biopotraviny a produkty z farem vyrobených tradičním způsobem. K rozvoji tohoto druhu turistiky přispívá i značný rozvoj cyklostezek, naučných, turistických tras či hipposteze.

Vypracováním této práce jsem zjistila, že oblast jižní Moravy, je velmi vhodná pro všechny druhy ekologicky šetrného cestovního ruchu, nejvíce však pro agroturistiku, neboť je zde potenciál lokality vhodné pro zemědělství a vinařství. Jižní Morava má mnoho atraktivit a je nutné aplikovat výsledky práce do dalších projektů nejen v tuzemsku, ale je možné využít tyto výsledky i pro zaujetí zahraniční klientely.

Cílem práce bylo analyzovat vybrané firmy na jižní Moravě, podnikající v agroturistice. Vypracováním této práce byl cíl splněn.

## Seznam použité literatury

### Knižní zdroje:

- [1] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a veřejnost*. Praha: Fortuna, 2. vyd. 2010. ISBN 978-80-7373-079-6
- [2] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6
- [3] INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch (základy)*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4
- [4] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3274-3
- [5] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5
- [6] PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. ISBN 978-80-7435-006-1
- [7] PAULÍK, Ivo a Jaroslav BURIAN. *77 výletů s dětmi po Moravě*. Praha: Knižní klub, 2010. ISBN 978-80-242-3699-6
- [8] PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Idea servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5
- [9] POUROVÁ, Marie. *Marketing a management venkovského cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií, 2010. ISBN 978-80-254-7787-8
- [10] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3
- [11] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6
- [12] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Praha Linde, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2

### Internetové zdroje:

- [13] KRATOCHVÍL, Petr a Radek PAŽOUT. *Tvorba destinačních produktů cestovního ruchu*. [online] Dostupné z: <[http://www.mmr.cz/getmedia/55dfa8f3-a995-4739-8e8a-7a397fa1635c/GetFile5\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/55dfa8f3-a995-4739-8e8a-7a397fa1635c/GetFile5_3.pdf)>

- [14] KOLEKTIV AUTORŮ. *Venkovský cestovní ruch – jeho specifika a podmínky pro rozvoj*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. ISBN 80-245-1159-2 [online] Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/getmedia/e117ea61-1783-4982-a4fa-bf6e1220f318/GetFile4.pdf>>
- [15] EKOAGROTURISTIKA. Hnutí Brontosaurus Jeseníky, 2007. [online] Dostupné z: <<http://www.hnutiduha.cz/olomouc/data/publications/ekoagroturistika-2007.pdf>>
- [16] JIHOMORAVSKÝ KRAJ. *Portál jižní Moravy- Jižní Morava*. [online]. 2010 [cit. 2013-02-05] Dostupné z: < [www.jizni-morava.cz](http://www.jizni-morava.cz)>
- [17] REGION, SPOL. S R.O.. *Ubytování Jižní Morava – chaty a chalupy, penziony*. [online]. 2013 [cit. 2013-01-20]. Dostupné z: < [www.j-morava.cz](http://www.j-morava.cz)>
- [18] SVAZ VENKOVSKÉ TURISTIKY. *Svaz venkovské turistiky* [online]. Prosinec 2011 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <<http://www.svazvt.cz/>>
- [19] XBIZON, S. R. O.. *Prázdninové tipy na „zelenou“ dovolenou*. [online]. 2008 [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: <<http://www.nazeleno.cz/bio/volny-cas/tipy-na-prazdniny-kam-na-zelenou-dovolenou.aspx>>
- [20] WEB STUDIO DAT. *Prázdniny na venkově*. [online]. 2013 [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: < <http://www.prazdninynavenkove.cz/> >
- [21] NAFARMU. *Agroturistika, statek, ekofarma – romantická dovolená po celé Evropě*. [online]. 2013 [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: < <http://www.nafarmu.cz/> >
- [22] NADACE PARTNERSTVÍ. *Moravské vinařské stezky*. [online]. 2000 – 2012 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: < [www.stezky.cz](http://www.stezky.cz) >
- [23] RIKISYSTEM – WEBLIGHT. *Labská stezka – hlavní stránka*. [online]. 2008 – 2013 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://www.labska-stezka.cz/>>
- [24] RIKISYSTEM – WEBLIGHT. *Praha Vídeň – hlavní stránka*. [online]. Miroslav Petráš. 2008 – 2013 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://www.prahaviden.cz/>>
- [25] NADACE PARTNERSTVÍ. *Drážní stezky - Nadace Partnerství*. [online]. 2008 – 2013. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://www.nadacepartnerstvi.cz/greenways/drazni-stezky>>
- [26] NADACE PARTNERSTVÍ. *Nadace Partnerství*. [online]. Miroslav Petráš. 2008 – 2013. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://www.nadacepartnerstvi.cz/>>
- [27] NÁRODNÍ ÚSTAV LIDOVÉ KULTURY. *Národní ústav lidové kultury*. [online]. 2008-02-12 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <<http://nul.cz>>
- [28] WEBDESIGN INSTUDIO. *Top výletní cíle jižní Moravy*. [online]. 2009 [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <<http://vyletnicile.cz/cz/>>
- [29] ECEAT. *ECEAT*. [online]. 2008 [cit. 2013-02-24]. Dostupné z: <<http://www.eceat.cz/>>

- [30] CZECHTOURISM. *CzechTourism*. [online]. Jitka Rytířová. 2005 - 2013 [cit. 2013-04-12]. Dostupné z: < <http://www.czechtourism.cz/> >
- [31] JIHOMORAVSKÝ KRAJ. Portál jižní Moravy – Jižní Morava [online]. 2010 [cit. 2013-04-20]. Dostupné z: < <http://www.jizni-morava.cz/> >
- [32] ČESKÁ TELEVIZE. *O pořadu – Malá farma – Česká televize*. [online]. 1996 – 2013 [cit. 2013-04-24]. Dostupné z: < <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10306517828-mala-farma/4269-o-poradu/> >
- [33] MORAVSKÉ VINAŘSKÉ STEZKY – PŘÍRODNÍ ZAJÍMAVOSTI NA GREENWAYS. [online]. Nadace partnerství o.p.s. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: < [http://www.nadacepartnerstvi.cz/local/www-upload/napcz\\_greenways/files/2010/pruvodci/MVS/mvs\\_stolni-tiskarna.pdf](http://www.nadacepartnerstvi.cz/local/www-upload/napcz_greenways/files/2010/pruvodci/MVS/mvs_stolni-tiskarna.pdf) >
- [34] GREENWAYS- MORAVSKÁ VINNÁ STEZKA, CYKLOPRŮVODCE. [online]. Nadace Partnerství, 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: < [http://www.nadacepartnerstvi.cz/local/www-upload/napcz\\_greenways/files/2010/pruvodci/MVS/mvs2\\_dohromady.pdf](http://www.nadacepartnerstvi.cz/local/www-upload/napcz_greenways/files/2010/pruvodci/MVS/mvs2_dohromady.pdf) >
- [35] HERITAGE TRAILS. *Restaurace – tradiční česká kuchyně – Stezky dědictví – regionální gastronomie*. [online]. 2010 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: < <http://www.stezky-dedictvi.cz> >
- [36] GREEN HOLIDAYS. *Green Holidays*. [online]. 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: < <http://www.greenholidays.travel/> >
- [37] SVAZ PRO-BIO. *Svaz ekologických zemědělců PRO-BIO*. [online]. 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: < <http://pro-bio.cz> >
- [38] EUROGITÉS. *Country Holiday in Europe: Members* [online]. 2013 [cit. 2013-03-12]. Dostupné z: < <http://www.eurogites.org/> >
- [39] MAPY.CZ [online]. 2013 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: < [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz) >
- [40] HORŇÁCKÁ FARMA, S. R. O.. *Horňácká farma, s. r. o.* [online]. 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: < <http://www.hornackafarma.cz/> >
- [41] HRUBÁ VRBKA. *Hrubá Vrbka*. [online]. 2011 - 2012 [cit. 2013-03-11]. Dostupné z: < <http://www.hrubavrbka.cz/> >
- [42] ŠARDICE. *Šardice*. [online]. 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: < <http://sardice.cz/> >
- [43] INFOSYSTEM. *Turistické regiony ČR – rezervační informační systém*. [online]. 1998 - 2013 [cit. 2013-03-20]. Dostupné z: < <http://www.tourism.cz> >
- [44] MAREK DEMČÁK. Vytvořit dotazník. Vyplňto.cz – řešení pro Váš internetový průzkum. [online]. 2008 – 2013 [cit. 2013-04-07]. Dostupné z: < <http://www.vyplnto.cz/> >

## Seznam zkratk

AIENT - Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu

Aj. – a jiné

Apod. – a podobně

Atd. – a tak dále

CA – cestovní agentura

Cca - přibližně

CK – cestovní kancelář

EU – Evropská unie

CHKO – chráněná krajinná oblast

Ing. - inženýr

Kg - kilogram

Km - kilometr

Např. - například

NP – národní park

s.r.o. – společnost s ručením omezením

sv. - Svatý

SWOT – analýza k posouzení podnikatelských projektů na základě identifikace silných, slabých stránek, příležitostí a hrozeb

Tzv. – tak zvaný

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – Organizace Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu

WTO – Word Trade Organization – Světová obchodní organizace

## **Seznam tabulek, grafů a obrázků**

### **Seznam tabulek**

Tab. 4.1 SWOT analýza Blatova farma

Tab. 4.2 SWOT analýza Hornácká farma

### **Seznam grafů**

Graf 4.1 Rozdělení respondentů podle pohlaví

Graf 4.2 Rozdělení respondentů podle nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů

Graf 4.3 Rozdělení respondentů podle ekonomické aktivity

Graf 4.4 Rozdělení respondentů podle velikosti místa trvalého bydliště

Graf 4.5 Rozdělení respondentů podle toho s kým tráví nejčastěji dovolenou

Graf 4.6 Rozdělení respondentů podle návštěv atraktivit v místě dovolené

Graf 4.7 Rozdělení respondentů podle toho zda se setkali s pojmem agroturistika

Graf 4.8 Rozdělení respondentů podle toho zda absolvovali/ uvažovali o agroturisticky zaměřené dovolené

Graf 4.9 Důvody proč by respondenti strávili dovolenou na farmě

Graf 4.10 Důvody odrazující respondenty od návštěvy farmy

Graf 4.11 Aktivita, které by respondenti při návštěvě farmy vyzkoušeli

Graf 4.12 Akce, při které by respondent navštívil farmu

### **Seznam obrázků**

Obr. 2.1 Mapa – Moravské vinařské stezky

Obr. 3.1 Turistické regiony Jižní Moravy

Obr. 3.2 Mapa – Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO

Obr. 3.3 Mapa některých významných památek



## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Uherském Hradišti dne 10. 5. 2013

*Kamila Pechová*.....

jméno a příjmení studenta

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1 Loga

Příloha č. 2 Mapa – lokalizace Šardice, Hrubá Vrbka

Příloha č. 3 Dotazník

Příloha č. 4 Výsledky dotazníkového šetření